

Universidad de Alcalá
Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática

Grado en Sistemas de la Información

Trabajo Fin de Grado

Análisis de páginas web

**ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE
INGENIERÍA INFORMÁTICA**

Autor: Adrián Guillén Prieto

Tutor/es: José Luis Castillo Sequera

2014

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática

Grado en Sistemas de la Información

Trabajo Fin de Grado

Análisis de páginas web

Autor: Adrián Guillén Prieto

Director/es: José Luis Castillo Sequera

TRIBUNAL:

Presidente:

Vocal 1º:

Vocal 2º:

CALIFICACIÓN:

FECHA:

Índice

Resumen en castellano	Pág. 3
Resumen en inglés	Pág. 3
Palabras claves	Pág. 3
Resumen extendido	Pág. 3
Introducción	Pág. 6
Planteamiento	Pág. 7
Objetivos	Pág. 7
Base teórica	
Comparativas de herramientas	Pág. 9
Metodología a seguir	Pág. 20
Base experimental	
Análisis de accesibilidad	Pág. 22
Análisis de usabilidad	Pág. 31
Análisis de enlaces	Pág. 37
Análisis de posicionamiento SEO	Pág. 44
Análisis de redes sociales	Pág. 54
Análisis de velocidad de tráfico	Pág. 63
Otros análisis	Pág. 68
Conclusiones y resultados	Pág. 73
Manual de usuario	Pág. 75
Bibliografía	Pág. 90

Resumen en castellano

Análisis de la página web de la universidad de Alcalá de Henares en diferentes ámbitos; accesibilidad de la página y funcionalidad, seguridad, análisis del contenido, enlaces a la página, opiniones de la misma, competencias, páginas similares, redes sociales.

Para la realización de esta tarea utilizaré herramientas gratuitas de internet que evalúan cada aspecto y compara con otras, mejorando así la página actual, con el fin no solo de mejorar la página de la universidad sino con la finalidad de utilizar el contenido de esta memoria para la posible mejora de cualquier página de internet, utilizando el manual de usuario.

Summary in English

Analysis of the web page of the University of Alcalá de Henares in different fields; accessibility of the site and functionality, security, content analysis, links to the page, the same opinions, skills, similar sites, social networking.

To perform this task I will use free internet tools that evaluate every aspect and compare with others, thus improving the current page, in order not only to improve the page to university but in order to use the content of this report for possible improvement of any website, using the manual.

Palabras clave

Español: Análisis Página Web Optimización Mejora

Ingles: Analysis Page Web Optimization Improvement

Resumen extendido

En este trabajo, voy a realizar una guía acerca de las ventajas de utilizar herramientas de análisis automáticos aparte del análisis manual correspondiente. Os explicaré cada uno de los análisis que se pueden realizar en una página web y las distintas herramientas actuales en el mercado.

Para la realización de esta tarea explicaré qué ventajas tiene cada análisis, sus herramientas y la diferencia entre ellas utilizando un cuadro de comparación que nos guiará a la hora de elegir una herramienta respecto a otra. Tras realizar esa comparación procederé a explicar por qué elijo una y no otra, no por el resultado de la comparación que se tendrá en cuenta, sino por la capacidad que nos ofrece según la página que queremos analizar, ya que depende de la página a analizar la herramienta es más apropiada o no. En esta fase, centraré la comparación con los objetivos marcados e intentaré que las herramientas escogidas sean conforme a ellos.

Para esta guía usaremos análisis de: accesibilidad, usabilidad, enlaces, posicionamiento SEO, redes sociales y velocidad de tráfico. Además incorporaremos un análisis general al final tras analizar otras páginas que nos podría ayudar a entender mejor los datos captados.

Tras cada análisis contaremos con unas conclusiones de ese punto en donde expondré según el modelo que he elegido “página de la universidad de Alcalá de Henares”, las posibles mejoras que se podrían implementar a la página de la universidad para llegar a los objetivos marcados.

Voy a explicar a continuación, cada uno de los análisis en que me voy a centrar, qué herramientas compararé y cual elegiré sin detallar el análisis en sí y recordando que cada herramienta depende de la página que se va a realizar, no siempre las citadas a continuación será la mejor para cualquier página web pero sí ayudará en la elección de herramientas en cualquier análisis.

Desde el punto de vista de la accesibilidad, empezaré haciendo un análisis manual en donde buscaré que hardware y que software se necesitan para acceder a la página, si es posible que todos los navegadores entren sin problemas a la página, si el contenido se muestra correctamente con un diseño oportuno, si hay algún tipo de problema con respecto a las imágenes ya que son las que suelen dar problemas en distintos navegadores y si los videos se ven correctamente y se escuchan. Voy a intentar adaptar esa página a cualquier discapacidad posible y así conseguir mayor acceso de las personas a nuestra página.

También me fijaré si la página ya cuenta con algún método de accesibilidad que en este caso como observaremos, si cuenta con un enlace, donde explica detalladamente qué siguieron para tener una buena accesibilidad, con los atajos y teclas rápidas y enlaces que ayudan al usuario a moverse por la página con guías para el usuario para que les sea más fácil y sencillo navegar por ella.

Las herramientas que compararé son las siguientes: TAW, Walidator, HERA, WAVE, FAE y EvalAccess 2.0. Entre ellas elegí TAW, Walidator y HERA por las funcionalidades que nos ofrece.

Con respecto a la usabilidad me centraré en la página de inicio ya que es donde el usuario va a pasar más tiempo y en donde este decide si es lo que busca o no, es importante que tenga un diseño organizado y colocado donde lo importante sea aquello que se ve a primera vista. También nos centraremos en la navegación como ya cité en la accesibilidad y en la búsqueda donde las analizaré. En este punto detallaré los menús que tienen y el impacto que conlleva la posición de estos en la página de inicio y sus respectivas subpáginas.

Para detallar estos puntos compararé las herramientas: Eye Quant, Optimal Workshop Usability tools en donde elegiré la primera, ya que es la única que se puede realizar sin la necesidad de un método de pago, no compararé otras gratuitas ya que Eye Quant ofrece todo lo necesario para esta comparación y las otras tienen unos métodos de pago que nos podrían ayudar a ampliar esa información que se obtiene con el análisis.

Para el análisis de enlaces utilizaremos directamente herramientas automáticas ya que el trabajo a realizar sería muy laborioso y la calidad que nos ofrecen las herramientas son muy buenas. Entre esas herramientas se comparará: Link Valet, W3C Link Checker y Xenu para enlaces rotos y donde las tres se usarán y MajesticSEO, Backlink watch y Alexa donde esta última será descartada para referencias de enlaces a nuestra página. En este análisis se

observará que no siempre es bueno tener todo en enlaces, porque impide a los buscadores que puntúen adecuadamente.

En este análisis quiero comprobar la fiabilidad de la página a través de asegurar el contenido de ella. Para ello se buscan enlaces rotos y se incentiva a que otras páginas hagan lo mismo a enlaces a nuestra página, buscando que ningún link de otra página que tengan los nuestros esté en desuso o roto.

En el posicionamiento SEO voy a intentar alcanzar mayor impacto a los motores de búsqueda para que la página con la que contamos tenga un alcance mayor. Para esto, voy a seguir las pautas que llevan los motores y a evaluar qué cosas se podrían mejorar. Me centraré en la denominación de la URL, la descripción de la URL que sea clara y concisa y las palabras claves que se utilizan para el alcance de la página. Este análisis es de los más importantes no solo para la página que vamos a analizar, sino porque cualquier página puede ser perfecta para un usuario, que busca exactamente eso pero no todas están las primeras para que a ese usuario le guste.

De todas las herramientas que hay en el mercado actual de este tipo, escogí algunas para compararlas y ver qué conjunto de ellas engloban más lo que queremos pretender con este análisis, entre ellas están: SEO Spider Monkey, Search Metrics, SEO gratis, Woorank, Miranking, Lipperhey, Semrush, Moonsearch, Moz y Seo Tool Set, opté por el análisis de solo 3, Lipperhey, Woorank y SEO gratis, aunque muchas de ellas dependiendo de la página se podrían incorporar.

Sobre el análisis de redes sociales quería destacar la importancia que tienen con respecto a otros análisis como la accesibilidad, usabilidad y posicionamiento. La opinión de nuestros usuarios y la interacción de ellos vale más que mucha información de la que podríamos sacar con cualquier enlace, por ello es esencial ampliar estas redes sociales para darnos cuenta de qué cosas se pueden mejorar, de cuantos usuarios son fieles a nosotros y de en qué deberíamos centrarnos a la hora del contenido. Todo ello, se obtiene incentivando a los usuarios a seguir opinando y debatiendo de nuestra página que además nos ayudará al posicionamiento de esta.

Las herramientas que comparé fueron: Agorapulse, Linktally, Simply Measured, True Social Metrics y Quintly, de las que seleccione las tres últimas.

Por último para el análisis de velocidad de tráfico intenté buscar la manera de que una página tenga la mínima carga y se vea lo antes posible. Pensar que una página tarda unos 5 seg en cargarse completamente por la incorporación y sobrecarga, normalmente de contenido con demasiado tamaño.

Las herramientas que comparé fueron: Page speed, GT Metrics, Pingdom, Web Page Test y Yslow, de las que seleccione GT Metrics y Pingdom.

Añadir que para entender mejor qué tenemos que hacer para seguir este trabajo como guía en nuestro análisis, he incorporado en el mismo la metodología que he seguido para la realización del contenido de esta memoria y unos manuales que se incorporan al final del mismo para que cualquier persona pueda realizar el mismo análisis que hice yo.

Introducción

El auge del comercio electrónico tanto para los empresarios como para los numerosos clientes que se animan a buscar productos y servicios online ha ocasionado un incremento en la creación de nuevas páginas web lo cual desde hace poco es una tarea sencilla y al alcance de todos, con un pequeño conocimiento de la materia es fácil tener una simple página web, tanto por la facilidad de las plantillas actuales como con los diferentes videos explicativos de lo mismo. Por ello actualmente hay miles de páginas web que a la vez crea páginas muy sencillas y a través de pequeños pasos. Por todo ello, muchas de las páginas web actuales no son seguras y están llenas de fallos con mucha posibilidad de mejora de las mismas.

Para una buena página web se necesitan cuatro aspectos fundamentales: generar tráfico, aportar valor y contenido, interactuar con el usuario y ofrecer un funcionamiento correcto. Para la generación del tráfico es fundamental el posicionamiento SEO, ganando así la visibilidad necesaria para conseguir más visitas.

Para el comportamiento de ese tráfico es donde se centra la analítica web, saber que busca un usuario, que suele visitar, cuando abandona la página por qué la abandona. Esto ocasiona una herramienta de diagnóstico y de prueba de resultados hasta dar con las fórmulas correctas para hacer funcionar un sitio web de la forma más efectiva para el usuario y por tanto, con mayor rendimiento para el propietario.

Por todo ello, nace infinidad de páginas que analizan tanto accesibilidad como usabilidad, seguridad, datos de contenido, posicionamiento SEO, competencia, enlaces externos, etc.



Planteamiento

Para el desarrollo de este trabajo vamos a analizar una página y ponerla de modelo para que se pueda realizar cualquier página a través de los estudios de esta.

La página que usaré de modelo será la web de la universidad de Alcalá de Henares, www.uah.es, ya que mucha gente conoce el funcionamiento de una universidad y para una mayor comprensión de las herramientas que utilizaremos necesitamos conocer muy bien la estructura y el contenido de la página.

Para llevar un orden lógico a la hora de utilizar las herramientas vamos a plantear primero qué análisis vamos a realizar y en qué puntos vamos a centrarnos, hacer un análisis crítico sin herramienta y posteriormente utilizar estas para buscar errores, fallos o advertencias que puede tener la página en cada apartado, añadiremos un manual del mismo al final del trabajo para que cualquier persona pueda usar de forma sencilla la herramienta y finalizaremos con unas conclusiones de cada análisis para matizar las cosas que debemos mejorar de la página, hay que tener en cuenta que el análisis es con el sitio web de la universidad por lo que los resultados obtenidos pueden variar respecto a otra página, pero en ningún caso variará la metodología a seguir para el análisis correcto del sitio web que citaré posteriormente.

Respecto a las conclusiones o resultados que obtendré al final del trabajo espero que sean equivalentes a los objetivos que me he propuesto y que a continuación citaré. Estos resultados se dividirán en el modelo que hemos utilizado que será variable según las herramientas que utilice y los fallos que se encuentren y un comentario acerca de las ventajas y desventajas que conlleva realizar este trabajo en una página web.

Objetivos

Los objetivos de este trabajo se pueden dividir en dos:

- Plantear una metodología de análisis de cualquier página web: este será nuestro principal objetivo ya que este trabajo está centrado a seguir como plantilla para futuros análisis de páginas diversas sin importar que lenguaje o diseño tenga. Para mejorar la eficiencia de las herramientas se llevará un estudio de las herramientas de mercado actual y las comparaciones entre ellas, con una explicación detallada de qué herramienta es la más apropiada para cada tipo de página. También utilizaremos protocolos y documentación legal para que las herramientas nos acerquen al objetivo.
- Recomendaciones de la página web de la Universidad de Alcalá de Henares: el análisis será lo más completo posible para que se pueda llegar al primer objetivo tocando muchos aspectos que se podrán utilizar para una posible mejora de otras páginas como puede ser: redes sociales, enlaces externos y enlaces a la página, páginas similares, entre otras cosas. No analizaré todas las herramientas disponibles en el mercado aunque citaré la mayoría de ellas para que según el tipo de empresa o negocio de la página pueda centrarse en un análisis exhaustivo del mismo.

Para llegar a estos objetivos realizaremos diferentes análisis como ya cité, para conseguir estos objetivos diré que quiero conseguir en cada análisis:

- **Análisis de accesibilidad:** conseguir que cualquier persona pueda acceder a la página, para ello analizaremos los distintos navegadores y la posibilidad de acceder de personas discapacitadas, estudiar e investigar las normativa española y las pautas descritas en WCAG 1.0 y WCAG 2.0 para crear contenido accesible.
- **Análisis de usabilidad:** situar los aspectos más significativos de la página en primera plana para que según entres al sitio web te fijas en lo interesante, acceso a la información de forma rápida y sencilla y cuyo contenido sea fiable y seguro.
- **Análisis de enlaces:** colocar enlaces actualizados y que lleven a un lugar cómodo para el usuario borrando aquellos que están en desuso.
- **Análisis de posicionamiento SEO:** buscar la manera de que un buscador encuentre lo mejor para que la posición en su búsqueda sea la más elevada, como por ejemplo, incorporando palabras clave específicas.
- **Análisis de redes sociales:** observar los datos que nos proporcionan y utilizarlo para atraer a más usuarios o enfocar nuestro contenido a lo que la gente nos pide.
- **Análisis de velocidad de tráfico:** perfeccionar la transacción de datos y la velocidad de carga, asegurar que todo el contenido sea visible por el usuario en un tiempo correcto.
- **Otros análisis:** análisis generales, para complementar la información anteriormente citada y que ayuda a comprender mejor los posibles fallos de la página.

Todos estos análisis se realizarán para buscar fallos a mejorar, en ningún caso se procederá a la implementación ya que sólo es una metodología a seguir del trabajo para que cualquier página lo pueda hacer y así puedan implementarlo posteriormente.



Comparativas de herramientas

Análisis de accesibilidad

Un análisis de accesibilidad Web es la capacidad de que todos los usuarios de Internet puedan acceder a la página, pueda ser visitado y utilizado de forma satisfactoria por el mayor número de personas, independientemente de las limitaciones (física, intelectual o técnica) que éstas tengan o las derivadas de su entorno (tecnológicas o ambientales).

El análisis de accesibilidad web cada vez es más conocido y con ello las páginas que dan este servicio, entre los analizadores que no necesitas pagar para obtener sus resultados podemos encontrar los siguientes:

- **TAW:** es una herramienta, desarrollada por Fundación CTIC, que permite comprobar de forma automática ciertos aspectos de la accesibilidad Web. Sus destinatarios son los profesionales del diseño y desarrollo Web.
- **Validator:** es un servicio gratuito de revisión de la accesibilidad web basado los procedimientos de evaluación definidos en la Metodología Unificada de Evaluación Web (UWEM1.2), conforme a las recomendaciones de las Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 1.0 (WCAG 1.0). Cuyo objetivo es garantizar que las herramientas y los métodos de evaluación definidos para la evaluación global de la Web o la evaluación por separado de cada sitio sean compatibles y coherentes entre sí y con la WAI. <http://validator.net/uwem/index.es.php>
- **HERA:** esta herramienta realiza un análisis cuyo objetivo es facilitar el de revisar la accesibilidad de una página o sitio Web. La revisión de la accesibilidad nunca puede estar completa sin una revisión manual. Las herramientas de revisión automática sólo pueden detectar determinados elementos y atributos pero no pueden asegurar que se estén utilizando apropiadamente. Por tanto, es imprescindible la participación de un ser humano que pueda comprobar los elementos y atributos que no pueden ser revisados automáticamente y si se están aplicando correctamente las directrices de accesibilidad. <http://www.sidar.org/hera/>
- **WAVE:** permite analizar sitios web para ayudar a la evaluación de la accesibilidad mostrando la página original con indicadores insertados dentro de sí misma donde se muestran los problemas de accesibilidad. <http://wave.webaim.org/?lang=es>
- **FAE:** permite evaluar páginas a través del rastreo web, generar informe de las páginas problemáticas y salvar informes de las mismas. <http://fae.cita.illinois.edu>
- **EvalAccess 2.0:** permite evaluar URL simples, páginas web y código de HTML en diferentes profundidades. <http://sipt07.si.ehu.es/evalaccess2/crawler.html>

	TAW	Validator	HERA	WAVE	FAE	EvalAccess 2.0
Utilidad(20 puntos)	18	18	18	20	10	5
Facilidad de uso (20 puntos)	20	15	15	10	10	20
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	20	13	15	10	10	20
Funcionalidades extras (20 puntos)	5	10	15	15	5	0
Diseño (10 puntos)	10	8	8	7	7	5
Conocida(10 puntos)	10	10	10	5	2	2
Total	83	74	81	65	44	52

t.a.w.³

VALIDATOR

WAVE
web accessibility evaluation tool

fae
HERA

EvalAccess 2.0

Tras realizar el análisis de accesibilidad de estas herramientas nos damos cuenta que la elección debería ser las primeras pero vamos a hacer un análisis más exhaustivo de lo que nos aporta cada una para tomar la decisión final.

Por la poca utilidad que estamos buscando como mínimo en un analizador las dos últimas son descartadas ya que no se puede nada más que los fallos, y si realizamos este testeo es para comprobar cuáles son las posibles soluciones para poder mejorarlo.

Respecto a las otras cuatro herramientas vamos a compararlas, wave nos ofrece muchísimas utilidades y funcionalidades extras que nos viene muy bien para un análisis general de la página, el problema es que si juntamos las otras 3 herramientas nos dan toda la información de wave y alguna utilidad más que os mostraré más adelante. Por lo tanto y para tener un análisis general de nuestra accesibilidad, vamos a realizar el análisis aplicando las 3 herramientas.

Recomiendo utilizar WAVE si se tienen los conocimientos necesarios si solo y exclusivamente vamos a utilizar un analizador, ya que cumple con lo mínimo y amplia información, pero si se puede tener más tiempo para concretar un poco más usaría las 3 herramientas primeras. Por consiguiente para esta primera comparación de herramientas vamos a utilizar TAW, Validator y HERA.

Análisis de usabilidad

Un análisis de usabilidad Web es la claridad y elegancia con que se diseña la interacción entre la web.

Los usuarios de Internet están habituados a unas pautas determinadas en diseño, es algo intuitivo, por lo cual, también ha de tenerse esto en cuenta, ya que un usuario que accede a una página por primera vez, al primer vistazo intentará localizar ciertos elementos en unos sitios concretos. Por lo tanto, si no se tiene en cuenta esto último, el usuario va a perder tiempo en su búsqueda, y dependiendo de lo que tarde en encontrarlo y de su paciencia, se quedará o abandonará el sitio web.

Para que una página web tenga buena usabilidad el usuario debe acceder a la información de forma rápida y sencilla para darle una mejor experiencia. Por ello, los desarrolladores de la página y los que la mantienen activa son los responsables de que la usabilidad sea un aspecto a tener en cuenta en su página. Por ello se crea un diseño atractivo e intuitivo en el que el usuario con un simple vistazo encuentre lo que está buscando, estructurando la página en un orden lógico para que el usuario no se “pierda” en nuestra web cuando esté buscando una información determinada.

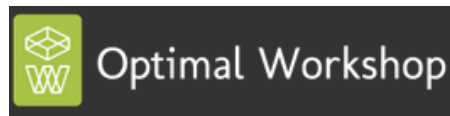
El contenido de la página ante todo debe ser fiable y seguro, ya que muchos usuarios cuentan con experiencias inadecuadas y al mínimo indicio se irán a otra. En conclusión, el usuario se sentirá más cómodo si encuentra los documentos que anda buscando de forma inmediata y se marchará si cuenta con elementos obsoletos o que no sean del interés suyo, para ello se deberá tener una plantilla uniforme para que así el usuario se sienta confortable en la navegación con una misma estructura e imagen siempre.

Las herramientas que contamos actualmente de forma gratuita para el desarrollo de este tema son las siguientes:

- **Eye Quant:** herramienta que aplica eye tracking, una forma de ver que observan nuestros usuarios, de forma rápida y eficaz. Es un análisis de percepción de imágenes en 3 segundos en donde nos hace ver que destaca de nuestra página web.
- **Optimal Workshop:** es una herramienta de usabilidad utilizada para saber dónde y por qué la gente se pierde en el contenido, comparar con otras páginas y revelar las primeras impresiones del diseño. El estudio se divide en 3 partes:
 - Treejack: ayuda a demostrar si la estructura del sitio web funcionará antes de entrar en el diseño de interfaces. Evalúa si es fácil de encontrar el contenido de la página.
 - OptimalSort: para organizar el contenido de la página.
 - Charlmark: para las primeras impresiones del diseño.
- **Usability tools:** da la impresión del diseño en cualquier parte de su desarrollo y compara con la competencia.

Hay muchísimas más herramientas de este tipo, pero estas tres engloban lo que queremos estudiar por lo tanto procederé con una comparación y explicación de porqué se elige una y no otra.

	Eye Quant	Optimal Workshop	Usability tools
Utilidad(20 puntos)	18	20	18
Facilidad de uso (20 puntos)	20	0	0
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	20	15	15
Funcionalidades extras (20 puntos)	10	15	7
Diseño (10 puntos)	10	10	8
Conocida(10 puntos)	8	8	5
Total	86	68	53



He elegido la opción de Eye Quant porqué solamente se puede hacer un análisis de la página sin necesidad de introducir unas líneas en nuestro código.

Para mi opinión la funcionalidad es mucho mayor la de Optimal Workshop ya que cuentan con los tres módulos que engloban el análisis de usabilidad, pero con la poca facilidad de uso que nos da ya que dependemos de contar con el código de la página es imposible para el análisis de la uah, por ello recomiendo que para realizar cualquier análisis de páginas nuestras es mucho mejor la segunda opción pero si en definitiva estas analizando otra página o páginas de nuestros competidores es mucho más eficaz Eye Quant.

Para que nos hagamos un poco la idea de las dimensiones que ofrece Optimal Workshop, Eye Quant es uno de sus módulos (Charlmark), pero además cuenta con otros dos módulos que engloban organizar contenido de forma más dinámica y eficaz y ver si su estructura será correcta antes de diseñar con las herramientas OptimalSort y Treejack respectivamente.

Análisis de enlaces

Hoy en día, todas las páginas cuentan con una buena organización y diseño para atraer a clientes, lo que no se dan cuenta que el contenido es otro de los aspectos más importantes, un enlace roto hace que un usuario habitual desconfíe de la página y se vaya. Por ello, el análisis de esos enlaces es muy importante, no solo aquellos que tienes en la página sino también aquellos enlaces que te referencian a tu página.

Para este análisis dividiremos en estos dos tipos de enlaces y haremos una comparación de analizadores de enlaces de páginas. Para los enlaces rotos tenemos:

- **Link Valet:** es una herramienta que cuenta tanto con análisis de accesibilidad como de validez pero sobre todo se centra en el análisis de enlaces, la página realiza un informe de enlaces con error, enlaces que deben actualizarse, enlaces que se actualizaron tras esta herramienta y páginas referenciadas.
- **W3C Link Checker:** busca problemas en enlaces, anclas y objetos referenciados en una página Web, la hoja de estilo CSS, o de forma recursiva en un sitio Web completo.
- **Xenu:** comprueba los sitios Web con enlaces rotos, además de imágenes, fondos, hojas de estilo, PDF que dejaron de funcionar.

	Link Valet	W3C Link Checker	Xenu
Utilidad(20 puntos)	18	20	20
Facilidad de uso (20 puntos)	10	15	20
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	20	20	15
Funcionalidades extras (20 puntos)	5	5	10
Diseño (10 puntos)	0	10	10
Conocida(10 puntos)	5	10	5
Total	58	80	80

Por lo tanto y tras este análisis voy a incorporar las tres herramientas ya que aunque Link Valet se podría descartar por la comparación he observado unos enlaces rotos que muestra que son interesantes para mejorarlos. Este aspecto es tan importante y las herramientas tan rápidas que no merece la pena descartarlas, si en oposición contamos con menos tiempo, nos quedaríamos con W3C Link Checker ya que Xenu hay que instalarlo y puede costar un poco más de tiempo aunque es la herramienta que más información te da.



Respecto al análisis del otro tipo de herramientas podemos encontrar:

- **MajesticSEO:** herramienta que investiga el posicionamiento de las páginas, sus competencias y sus enlaces creando una base de datos inteligente para facilitar un estudio racional del posicionamiento en buscadores.
- **Alexa:** ofrece una comprensión completa de tendencias de la audiencia, perspectivas de optimización del SEO/SEM y referencias contra los competidores.
- **Backlink watch:** obtienes una información completamente detallada de la calidad y cantidad de backlinks que apuntan a su sitio web. Muestra el texto “ancla”, pagerank, enlaces salientes totales de esa página, y la bandera nofollow para cada uno de sus enlaces de entrada disponibles.

	MajesticSEO	Alexa	Backlink watch
Utilidad(20 puntos)	20	10	20
Facilidad de uso (20 puntos)	20	20	20
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	15	20	20
Funcionalidades extras (20 puntos)	15	0	10
Diseño (10 puntos)	10	5	10
Conocida(10 puntos)	5	5	5
Total	85	60	85

Respecto a esta comparación, observamos que apenas contamos con utilidad en la herramienta Alexa, por lo que para comparar los resultados obtenidos voy a optar por incorporar las otras dos herramientas en mi análisis para determinar que links son referenciados a la página a analizar.



Por lo tanto para el análisis de enlaces utilizaremos por un lado la unión de Link Valet, W3C Link Checker y Xenu y por otro lado MajesticSEO y Backlink watch. Es importante hacer ambos estudios por separado ya que los datos obtenidos son diferentes para cada análisis.

Análisis del posicionamiento SEO

El posicionamiento SEO es un conjunto de técnicas de posicionamiento web destinadas a lograr que una página web alcance las primeras y codiciadas posiciones en los diferentes y principales buscadores o metabuscadores como Google, Bing, Yahoo y Baidu.

Dado el aumento en el mercado online y las inmensas posibilidades del negocio en la red, todos quieren ofrecer sus servicios y productos entre las millones de página web. De esta superpoblación, nace precisamente la necesidad de destacar sus productos o servicios frente al resto de la competencia, no sirve tener los mejores productos si no se da a conocer ya que, en tal caso, no tendrías visitantes y, sin visitantes, no hay posibilidad alguna de rentabilizar la inversión de tiempo, dinero y esfuerzo realizada en la creación de un sitio web propio. De esta necesidad de visibilidad nace el posicionamiento web.

Con respecto a las herramientas que contamos para este análisis son muy diversas y numerosas, por lo que vamos a seleccionar las más llamativas para hacer una comparación y de ahí seleccionaremos cuales haremos para nuestra página.

- **SEO Spider Monkey:** herramientas para evaluar tu sitio para la optimización del Search Engine y su posicionamiento orgánico en los buscadores. Asegura de que tienes todo el código necesario y archivos que utilizan los motores de búsqueda para indexar tu sitio de manera eficaz y eficiente, evaluar las palabras clave y la popularidad de los enlaces.
- **Search Metrics:** herramienta que recoge datos de contenido, marketing, medios sociales y móviles y los analiza para crear un buen posicionamiento SEO, optimizando el rendimiento del sitio web, aumentando los visitantes a la página
- **SEO gratis:** analizador del posicionamiento SEO que crea informes con explicación detallada de problemas identificados, consejos para resolverlos, optimización y desarrollo de la página
- **Woorank:** analizador de posicionamiento SEO, redes sociales, optimización de dispositivos móviles que cuenta con unos consejos para mejorar la página que se esté analizando.
- **Miranking:** página que nos muestra en qué posición se encuentra actualmente nuestra página y los palabras clave que tiene.
- **Lipperhey:** analiza el sitio web y el posicionamiento SEO, sugiere palabras clave y corrige backlink.
- **Semrush:** procesadores de datos con palabras clave, dominions, posiciones que ocupan, resultados de búsqueda de dominions, número de búsquedas, competidores.
- **Moonsearch:** analiza el contenido, los backlink, competencia, el código y el tráfico para un mejor análisis de posicionamiento SEO.
- **Moz:** analizador completo del sitio web en donde se mostrará los errores de la página, mejoras en el SEO, informes personalizados.
- **Seo Tool Set:** página con un conjunto de herramientas de optimización de motores de búsqueda para no perder de posicionamiento en los buscadores, diseccionar los algoritmos de los buscadores actuales y optimizar los sitios web de manera eficaz y ética.

	SEO Spider Monkey	Search Metrics	SEO gratis	Woorank	Miranking
Utilidad(20 puntos)	15	20	20	20	5
Facilidad de uso (20 puntos)	15	20	20	15	15
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	15	20	20	15	15
Funcionalidades extras (20 puntos)	5	10	20	20	0
Diseño (10 puntos)	0	10	5	10	0
Conocida(10 puntos)	0	0	10	10	0
Total	50	80	95	90	35

	Lipperhey	Semrush	Moonsearch	Moz	Seo Tool Set
Utilidad(20 puntos)	20	10	20	20	10
Facilidad de uso (20 puntos)	15	15	15	15	15
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	15	15	15	10	20
Funcionalidades extras (20 puntos)	20	5	5	10	5
Diseño (10 puntos)	10	10	10	5	0
Conocida(10 puntos)	5	0	0	0	0
Total	85	55	65	60	50

Tras analizar todas nos damos cuenta que por falta de funcionalidad descartamos SEO Spider Monkey, Semrush, Miranking y Seo Tool Set, respecto a las demás, para un mejor manejo de la página he descartado Moz y Moonsearch ya que necesitas conocerla la herramienta para dar todo su potencial y entre las otras 4 nos damos cuenta que Search Metrics es como un poco de cada una de las otras 3 sin alguna funcionalidad extra por lo que vamos a analizar Lipperhey, Woorank y SEO gratis.



Análisis de redes sociales

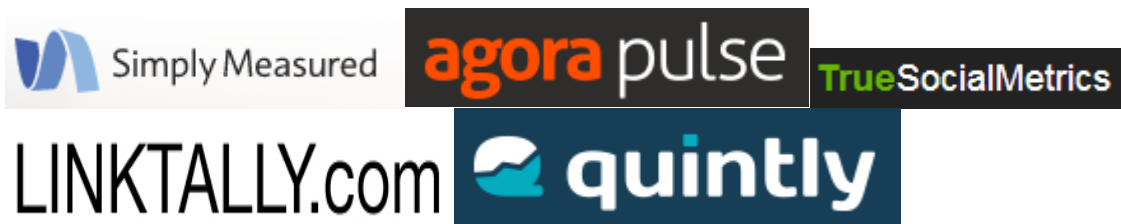
Para profundizar a la hora de saber que alcance tiene una página no solo nos vale con analizar la accesibilidad, usabilidad y posicionamiento SEO, hace falta centrarse en la opinión de la gente, que cosas se pueden mejorar, que es lo que piensan los clientes de nosotros, entre muchas otras cosas, por eso, voy a realizar un análisis de las herramientas de redes sociales de una página en concreto.

Entre esas herramientas utilizaré una o varias que más convenga para englobar todas las opiniones de los usuarios y saber quien suele visitar la página por qué y para qué.

- **Agorapulse:** hace un análisis del desarrollo de tu audiencia en Facebook, el alcance de tus posts y la viralidad de tu contenido. Cuenta con 3 herramientas gratuitas
 - Barómetro de páginas de facebook: compara la página con el rendimiento de otras, con EdgeRank, etc.
 - Gestión de concursos en el muro: realiza ilimitados concursos en tu muro para atraer a más gente
 - Marketing Facebook: aprendes estrategias para el marketing de Facebook a través de videos o estadísticas.
- **Linktally:** Entrar la URL y te dice cuantos seguidores tienes de cada red social.
- **Simply Measured:** análisis de redes sociales para mostrar una serie de informes detallados de los seguidores o likes, clientes, actividades etc.
- **True Social Metrics:** métricas para ver participación real y activa de los usuarios en las redes sociales, análisis de efectividad de los posts e informes de la competencia.
- **Quintly:** comparativa con otros competidores en las redes sociales, seguimientos automáticos de las redes y rendimiento de marketing.

	Agorapulse	Linktally	Simply Measured	True Social Metrics	Quintly
Utilidad(20 puntos)	15	10	10	20	15
Facilidad de uso (20 puntos)	5	5	10	10	10
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	15	20	20	20	20
Funcionalidades extras (20 puntos)	5	0	10	10	10
Diseño (10 puntos)	5	0	10	5	5
Conocida(10 puntos)	0	0	5	0	0
Total	45	35	65	65	60

He seleccionado las tres últimas para englobar todo el análisis, Simply Measured por si se puede utilizar una versión de pago que da mucha más amplitud de conocimientos, además de poder analizar las distintas herramientas de forma global, y True Social Metrics y Quintly por sus versiones gratuitas, que si eres el administrador de la cuenta es muy sencillo.



Análisis de velocidad de tráfico

Además de los otros análisis, es necesario saber que el contenido de la página está en un tiempo adecuado a la perfección del ojo, ya que, si no se realiza la carga de datos o se envía, descarga o sube un archivo porque su contenido es demasiado pesado o cuenta con demasiadas imágenes y videos.

Vamos a comparar 5 herramientas más conocidas actualmente y ver cuál de ellas nos ofrece más cosas para posteriormente poder implementarlas en la página web:

- **Page speed:** herramienta de Google para analizar la velocidad del tráfico de una página para atraer a más usuarios, automatización de posibles procesos y todo en distintos dispositivos.
- **GT Metrics:** herramienta de análisis de tráfico de velocidad de tráfico de una página. Incluye un análisis de Page Speed y Yslow
- **Pingdom:** herramienta que mide el tamaño de la página y las peticiones que se necesitan, además del tiempo de carga y una puntuación con respecto a esos datos.
- **Web Page Test:** comparación de velocidad de tráfico al principio y un poco después, observando que tipo de contenido se va a cargar.
- **Yslow:** herramienta de Yahoo para analizar la velocidad del tráfico de una página y sugiere mejoras en base a los datos.

	Page speed	GT Metrics	Pingdom	Web Page Test	Yslow
Utilidad(20 puntos)	20	20	20	10	20
Facilidad de uso (20 puntos)	20	15	15	10	15
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	20	15	15	15	15
Funcionalidades extras (20 puntos)	10	20	10	10	10
Diseño (10 puntos)	5	10	5	0	5
Conocida(10 puntos)	10	5	5	10	5
Total	85	85	70	55	70

Como ya contamos con una herramienta que incluye Page Speed y Yslow, además de que Web Page Test no ofrece nada que no nos pueda ofrecer otras, he decidido usar GT Metrics y Pingdom únicamente para este análisis.



Otros analizadores

Los análisis de páginas son sin límites, ya que con todas las herramientas que nos ofrecen podríamos tirarnos años analizando una única página, por ello y para complementar y añadir nueva información vamos a citar otros tipos de análisis diferentes y las ventajas que nos ofrecen estos con respecto a otros.

- **Sitebeam:** herramienta de análisis general que cuenta con análisis de posicionamiento SEO, redes sociales, cookies, accesibilidad, entre otras. Esta herramienta nos podría facilitar a la hora de realizar un análisis ya que si contamos con poco tiempo nos da una idea general de como está la página ahorrándonos otros análisis, es recomendable siempre que se pueda la realización de análisis de forma individual y no en herramientas generales para detallar la información obtenida.
- **Nibber:** herramienta de análisis general que incluye accesibilidad, experiencia de usuarios, marketing de la página y tecnología utilizada. Además incluye análisis de Google+, Facebook, Twitter (estos análisis en la página de la universidad no son correctos), análisis de móviles, calidad del código, soporte del servidor, formato URL, análisis de enlace, popularidad e interés social, analíticas e información del contenido como imágenes, títulos de la página, contenido malicioso, meta tags, entre otros test. Esta herramienta es de las más completas pero al ver que los datos obtenidos no son 100% fiables, deberíamos contrastarlo con otros análisis, por lo tanto nos sirve como complemento pero no como análisis único de la página.
- **Ahrefs:** herramienta de análisis de referencias de enlaces. Esta herramienta podría incorporarse como complementación de las herramientas de análisis de backlinks ya que en sí no conseguimos toda la información, pero si contamos con un enfoque general a través de gráficas. He incorporado esta herramienta a este apartado ya que merece la pena mirar y ver su diseño, a la hora de mostrar la información, muy sencillo y práctico.
- **CSS validator:** herramienta de análisis del CSS, se podría añadir con herramientas de análisis de contenido y nos ayudarían a saber si es correcto su CSS, para este análisis se

necesita un poco de conocimiento de programación para verificar que error es y poder así solucionarlo.

- **Load impact:** carga de prueba de su sitio web, aplicación web, aplicación móvil o API. Nos ayudaría a comprender un poco más la velocidad del tráfico al cargar la página y saber que tipo de contenido tiene.
- **SEO BOOK:** herramienta que te muestra los datos que extrae el buscador de tu página: metas, tamaño, enlaces, número de palabras, palabras clave de la página y frecuencia de las mismas, etc.

No voy a realizar una comparación de estas páginas ya que todas son diferentes, esta guía no es única ya que actualmente las herramientas de este mercado son muchísimas, solo incorporé las que me parecían más llamativas. Para el análisis utilizaré solo la primera para ver un enfoque global de lo ya visto, no usaré las otras ya que considero que no es oportuno centrarse en análisis extras.



Metodología a seguir

Para el estudio en este trabajo fin de grado voy a utilizar una metodología similar para todos los análisis de la página de una Universidad de Alcalá de Henares.

Primero dividiré el análisis en los principales métodos para mejorar el sitio web, como es la accesibilidad, usabilidad, posicionamiento SEO, análisis de enlaces, análisis de redes sociales, análisis de seguridad y tráfico de datos y otros análisis para complementar la información. En cada uno de estos análisis aplicaré la misma mecánica para que el resultado sea el más correcto.

En primer caso, buscaré las distintas herramientas automáticas que hay en el mercado de ese análisis y buscaré qué ofrece cada una y las posibles mejoras de cada una en comparación con las demás, usaré una tabla de comparación puntuada según mi criterio tras haber utilizado todas para un análisis cualquiera, en este caso pondré la página que posteriormente analizaré y así ver que ventajas me ofrece con respecto a otras.

Cuando termino mi cuadro de puntuación, mostrado a continuación, prosigo con una explicación detallada de cual elegiré y el motivo de esa decisión. No siempre la decisión que tomo es la más apropiada para todas las páginas, depende de cada sitio web la elección de las herramientas que nos ofrecerá más información.

	Herramienta 1	Herramienta 2	Herramienta 3
Utilidad(20 puntos)	XX	XX	XX
Facilidad de uso (20 puntos)	XX	XX	XX
Necesidad de conocimientos (20 puntos)	XX	XX	XX
Funcionalidades extras (20 puntos)	XX	XX	XX
Diseño (10 puntos)	XX	XX	XX
Conocida(10 puntos)	XX	XX	XX
Total	XXX	XXX	XXX

Tras realizar la comparación de las herramientas en el sitio correspondiente de la memoria, procedo a realizar el análisis en la página de ejemplo que marqué, en este caso la Universidad de Alcalá de Henares, pero como ya dije siguiendo los pasos se puede realizar el análisis de cualquier página y si la elección de la herramienta es la adecuada, el resultado será similar al que he conseguido en este trabajo.

El análisis lo suelo dividir en dos partes si es posible, la primera parte corresponde a un análisis manual de la página donde enfocaré la búsqueda de errores en los lugares más habituales y la segunda parte se centra ya en la utilización de las herramientas anteriormente comparadas.

Para ambos análisis voy siguiendo un orden lógico en donde lo importante es buscar aquellas cosas que según el criterio de normativas generales son incorrectas, me he centrado sobre todo en la página principal de la universidad, ya que sería imposible un análisis detallado de cada una de las partes de la página para este trabajo.

Con respecto al análisis de las herramientas automáticas, he elegido aquellas que son gratuitas o cuentan con versiones gratuitas y he citado algunas que son con versiones premium o de pago para englobar alguna carencia que las otras herramientas no pueden cubrir.

Para las herramientas, he intentado que fueran muy visuales y con pasos claros para el análisis ya que por muchos datos que se puedan sacar si no se llega a crear conocimiento con ello, no sirve para poder solucionar el error y mejorar la página.

Centrándonos en el análisis, tras acabar ambas partes, he creado unas conclusiones globales que generaliza todo lo estudiado y analizado. En ellas he creado un cuadro con problemas y soluciones a mejorar en la página de la universidad (ver cuadro siguiente). Como es normal, este es el apartado que tras haber realizado todos los pasos anteriores en cualquier página debemos implementar en nuestro sitio web y así conseguir una mejora considerable.

Problema	Solución

Análisis de la página Web de la Universidad de Alcalá de Henares

Para el análisis de la página Web de la Universidad de Alcalá de Henares, nos vamos a centrar en accesibilidad, usabilidad, funcionalidad, análisis de contenido, análisis de enlaces tanto hacia la página como los externos, crítica a la misma, comparación de competencias, redes sociales, entre otras cosas.

Análisis de accesibilidad

El mundo de Internet está muy saturado y si se quiere captar clientes en nuestro sitio web, no sirve de nada tener un buen contenido si el usuario no es capaz de encontrar lo que busca, no se encuentra a gusto con su uso o encuentra alguna barrera de acceso.

Supongamos que accedemos a una página por primera vez y trata de ver los servicios que esta proporciona o buscar algún servicio o información concreta. Valoraremos las cosas positivas y negativas de la página durante la navegación.

Hardware y Software

La primera barrera de acceso con la que un usuario puede encontrarse al entrar en un sitio web, es el hardware y el software. Se ha comprobado que el acceso a la página esta ya organizado, ya que la página de la UAH cuenta con un enlace explicativo de las medidas que se han tomado para que casi el 100% de los usuarios puedan acceder a la misma sin problemas.

Universidad de Alcalá

Salta a contenido **Accesibilidad** Mapa Web A A Contraste alto

Inicio Directorio Contacto ¿Dónde estamos? Diario Digital Agenda Correo

La Universidad

Centros y departamentos

Estudios

Admisión, matrícula e información académica

Servicios

Investigación

Escuela de posgrado

Escuela de doctorado

Biblioteca

Programas internacionales y de intercambio

Becas y ayudas

Empleo y Orientación

Cultura y deportes

Perfil de contratante

Universidad de Alcalá
Patrimonio de la Humanidad

Envidia Inteligente
Sovereign & Smart Cities
Center of Excellence International

Rankings Distinciones

Accesibilidad en la UAH

Imprimir | Enviar por mail

- Aspectos legales sobre accesibilidad Web en la UAH
- Iconos
- Ajuste del tamaño del texto
- Accesskey: teclas de acceso directo
 - Accesskey en Internet Explorer
 - Accesskey en Firefox y Safari en Windows
 - Accesskey en Firefox y Safari para Mac
 - Accesskey en Opera
- Navegación mediante teclado

El compromiso de la Universidad de Alcalá con la accesibilidad Web queda reflejado en la adopción de las medidas necesarias que permitan a usuarios de toda condición acceder a los contenidos proporcionados.

mi portal

aula virtual

Comunic@ 2.0

ESTUDIANTES

ANTIGUOS ALUMNOS

EMPRESAS

Discapacidad UAH

Boletín Oficial UAH

Buzón de sugerencias

RMS

saladeprensa

Centro de información 900 900 411

Portal de TRANSPARENCIA

Encuesta Docente

Preinscripción de Másteres Universitarios

Cursos de Verano

Becas Cervantes 2014

Becas María Guzmán 2014

Universidad de Alcalá

Pza. San Diego, s/n - 28801 Alcalá de Henares (Madrid). Telf.: +34 91 885 40 00

© Universidad de Alcalá - Todos los derechos reservados

Acerca de nuestra web **Accesibilidad** Danos tu opinión Protección de datos Imagen Institucional

Instituciones Relacionadas

mied uniersia Instituto de Estudios de la Universidad BRITISH COUNCIL

Tras el análisis en todos los navegadores, observamos que en todos funciona correctamente, sin ninguna variación del contenido.

Dentro de los aspectos legales observamos que siguen las directrices de una página que posteriormente veremos (www.w3.org) y las normativas que surgen con la accesibilidad, para ello, la página ha optado por seguir los siguientes objetivos:

Aspectos legales sobre accesibilidad Web en la UAH

La Universidad de Alcalá, y con ella todas las Facultades e Instituciones que la conforman, se hallan plenamente convencidos de la necesidad de hacer accesibles todas las páginas web que estén relacionadas con la misma.

Nuestra meta es seguir las directrices y consejos de la www.w3.org, utilizando XHTML de forma semántica, controlando la presentación por CSS y siguiendo las normas de accesibilidad establecidas por dicho organismo.

Normas a las que se hacen referencia en la **LEY 51/2003 (PDF)**, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, y la **LEY 34/2002 (PDF)**, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSICE), publicada en el B.O.E. el 12 de julio, **RD 1497/2007 (PDF)** de 12 de noviembre por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social

Todo ello nos ha llevado a establecer una serie de objetivos:

- La web es válida según las especificaciones XHTML 1.0 estricto y CSS.
- Su código fuente es lo más semántico posible, de forma que las páginas ganen en accesibilidad, son significativas para navegadores y agentes de usuario no visuales y mejora su indexación por los motores de búsqueda.
- A su vez, todos los aspectos relacionados con la presentación visual de la página, incluida su maquetación y estructura, se realizan a través de CSS.
- Tiene un alto nivel de accesibilidad, tratando de cumplir un nivel AA en todas sus páginas.
- En relación con el punto anterior, todas las funcionalidades que se incluyen en la página vía JavaScript (desplegables, apertura de ventanas, validación de formularios, etc...) se desarrollan de forma no intrusiva, esto es, son perfectamente accesibles para navegadores y agentes de usuario que no tengan JavaScript activado.
- Como parte de la política de accesibilidad, las páginas son compatibles con un amplio abanico de navegadores, en las plataformas Windows, Macintosh y Linux. Si encuentras fallos de visualización o funcionamiento con algún navegador específico ponte en contacto con nosotros.
- Eliminación de objetos en movimiento.
- Todas las imágenes cuentan con un texto alternativo.

Conseguir una web 100% accesible y usable para todos es difícil, por ello te rogamos que si ves cualquier fallo o tienes algún problema con el acceso a la información no dejes de comentárnoslo. Necesitamos todas vuestras opiniones para mejorar nuestra presencia en la red. Podéis escribirnos a webmaster@uah.es

Además como se observa en la fotografía, cuentan con una cuenta de correo por si alguien encuentra algún fallo, provocando así que la página esté actualizada de posibles fallos de acceso.

La web cuenta con ayudas visuales que te sirven para saber qué tipo de enlaces tiene y saber así que enlace es el que se quiere abrir.

Otro aspecto que la universidad ha tenido en cuenta es la resolución de las pantallas, ya que no todos los usuarios tendrán la misma resolución de pantallas por lo que cuenta con un "responsive" en la página para que al aumentar o disminuir el zoom de la página las letras se modifiquen y estructuren para la mejor visibilidad del usuario.

También cuenta con un acceso rápido y funcional ya que cuenta con teclas de acceso rápido para los distintos navegadores y una guía de que teclas son esas, y una navegación a través de teclado para que aquellas personas que no cuenten con ratón puedan conseguir la información sin ningún problema.

Imágenes

Otro tema muy importante de accesibilidad son las imágenes. En este sitio web se utilizan muchas imágenes, y todas ellas tienen un texto alternativo, es decir, un equivalente semántico por si el navegador no reconoce la imagen o tiene algún problema en la carga de la misma.

Además la página cuenta con un equilibrio entre imágenes y texto para que todas las personas puedan conseguir la información.

El único problema es que algunas imágenes no cuentan con texto explicativo y cuentan con hipervínculos provocando que personas que no puedan distinguir la imagen no puedan acceder a ellos, como en el caso de las instituciones relacionadas en el pie de página.



Acceso al contenido y diseño

El sistema de información en señuelos y predadores, parece que lo tienen bien enfocado. La página principal no está demasiado saturada, pero si presenta una visión clara de los principales servicios que ofrecen y de los contenidos actuales. Para mejorar esa información hay que presionar los hipervínculos tanto del menú como de las imágenes y textos a los laterales del contenido que mejoran la búsqueda exacta de que se quiere encontrar.

Cuenta con dos menús muy bien posicionados para un avance rápido en lo que se quiere buscar, además de noticias e información general en el inicio, únicamente la distancia separadas por un banner es lo que puede dificultar al usuario a la hora del primer vistazo a la página ya que tiene que desplazarse por ella para ver todo el contenido general.



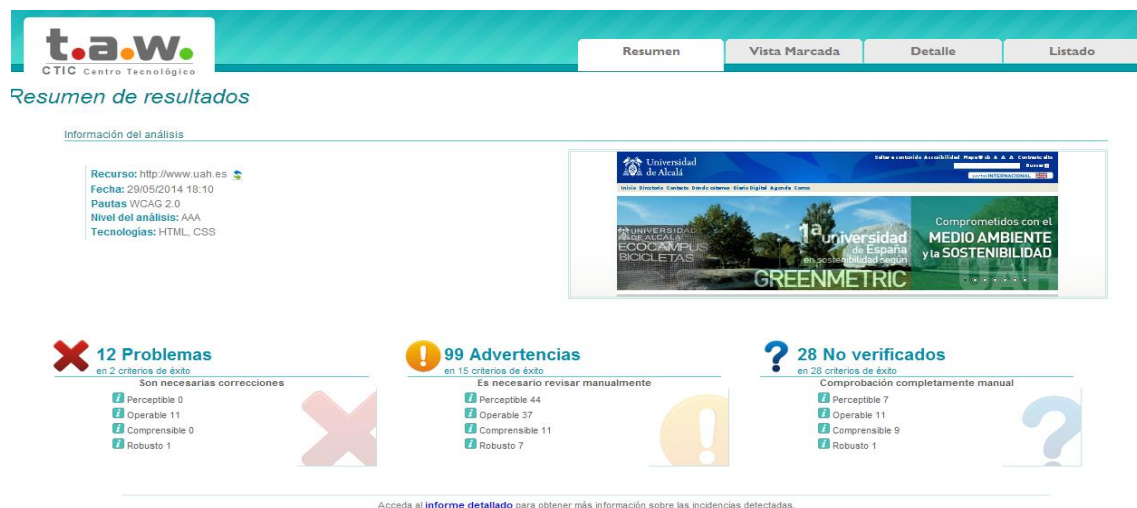
Todos los apartados que se muestran como enlaces en la primera página tienen su contenido completo tras hacer clic en el enlace, mejorando la accesibilidad y visualización de la página.

En cuanto al diseño gráfico, el texto es bastante claro y legible, aunque hay partes de texto donde la letra es demasiado pequeña como para verlas sin forzar la vista, y donde nos puede llevar a confusión, pero la letra es “verdana” sobre todo lo que mejora el trazo para la visualización en resoluciones bajas.

Los colores utilizados durante las diferentes páginas no dificulta la lectura del contenido, además coincide con el color del logo, un color claro y visual que no impide ver peor en ningún dispositivo.

Analizador automático de accesibilidad (TAW)

Para un análisis más exhaustivo de lo anteriormente dicho y de nuevas observaciones a tener en cuenta he utilizado una herramienta web de análisis de accesibilidad, denominada TAW y se han obtenido los siguientes resultados:



Tras analizar todos los problemas y advertencias en el informe detallado, nos damos cuenta que la mayoría son de operabilidad en los enlaces, según el W3C, no debe de haber dos enlaces con denominaciones iguales que lleven a distintas páginas, esto sucede por la noticia que se encuentra actualmente en el contenido y por enlaces a estudios propios distintos, no es un problema grave como podría parecer al principio, pero sí de fácil solución, cambiando la descripción del enlace para no entrar en un posible fallo.

Con respecto a las advertencias son solamente indicaciones que posibles mejoras de la página pero que no afecta al usuario que visualiza la página, sino que es algo más de diseño y organización en el código.

Respecto a los no verificados, hace en su mayoría reflexión a imágenes y aspectos de ella que no influye en la página final.

Frente a este análisis, hemos encontrado una mejora a la hora de nombrar a los enlaces que no había visto en el análisis manual de accesibilidad de fácil incorporación a la página.

Analizador automático de accesibilidad (walidator)

El resumen general que obtiene esta herramienta al principio del análisis es el siguiente:

Resumen

General	
URI:	http://www.uah.es/
Título:	Universidad de Alcalá (UAH) - Madrid
Tipo de documento:	XHTML 1.0 Strict
Codificación:	iso-8859-1
Idioma:	es-ES
Tamaño:	45 k (46060 bytes)
Elementos:	463
Texto:	524 palabras (aprox.)
Fecha:	30/05/2014 - 11:12 GMT
Validaciones	
Validación de código:	No
Validación CSS:	Si
CSS válida:	No
Errores de validación:	18
Cabecera del documento	
Título del documento:	1
Elementos link:	9
< meta >	22
Scripts:	7
< noscript >	1
< style >	2
Títulos	
Títulos:	7
< h1 >	1
< h2 >	2
< h3 >	3
< h4 >	1
Marcos	
Marcos en línea:	1
Marcos en línea con texto alternativo vacío:	1
Enlaces	
Enlaces:	131
Recursos externos	
Imágenes:	19
Imágenes con atributo alt:	19
Imágenes con descripción extensa:	12
Hojas de estilo externas:	http://www.uah.es/estilos/uah_basicos.css http://www.uah.es/estilos/uah_texto_menor_castellano.css http://www.uah.es/estilos/uah_texto_medio_castellano.css http://www.uah.es/estilos/uah_texto_mayor_castellano.css http://www.uah.es/estilos/alto_contraste.css http://www.uah.es/estilos/uah_general.css http://www.uah.es/estilos/uah_localizado_cas.css http://www.uah.es/estilos/uah_impresion.css http://www.uah.es/slider/slide_portada.css
Listas	
< ul >	20
< li >	114
Formularios	
Formularios:	1
< label >	1
< input >	6
Grupo de controles de un formulario:	1
Elementos de agrupamiento	
< div >	27
< span >	34
Párrafos	
Párrafos:	5
Salto de línea:	3
Elementos de frase	
< strong >	48

En él se puede observar el número de títulos, imágenes. Links, listados, párrafos, etc., algo muy útil a la hora de ver la organización de la página y la forma de visualización con la que cuenta la misma.

Resultado

Letra: B

Valor: 0.05

Con respecto al análisis automático que realiza la herramienta obtenemos una letra y un valor, los cuales son fruto de la tabla siguiente:

Referencia:
t: prueba.

Npt: número de veces que la prueba **t** fue aplicada en la página **p**.

Bpt: número de resultados "Incorrectos" de las pruebas **t** en la página **p**.

f(p): Puntuación de la accesibilidad web de UWEM.

Resumen de la función para definir los resultados					
t	ID	Bpt elementos	Npt elementos	f(p)	Resultado
1	1.1_HTML_01	0 Imágenes sin atributo alt	19 Imágenes	0/19	0.00
2	1.1_HTML_01	(Áreas sin atributo alt)		-	-
3	1.1_HTML_01	(Botones gráficos sin atributo alt)		-	-
4	1.1_HTML_01	(Applets sin atributo alt)		-	-
5	1.1_HTML_06	0 Elementos embed	1 Elementos embed	0/1	0.00
6	3.2_HTML_01	0 DTD válida	1 DTD	0/1	0.00
7	3.2_HTML_02	0 Página válida	1 Validación de código	0/1	0.00
8	3.2_CSS_01	1 CSS válida	1 Validación CSS	1/1	1.00
9	3.5_HTML_03	0 Títulos que omiten uno o más niveles de títulos	3 h3 1 h4 0 h5 0 h6	0/4	0.00
10	3.6_HTML_03	0 Párrafos que inician con un contador	5 Párrafos	0/5	0.00
11	6.4_HTML_01	(Atributos dependientes del dispositivo sin mecanismos de entrada redundantes)	(Atributos dependientes del dispositivo con mecanismos de entrada redundantes) (Atributos dependientes del dispositivo sin mecanismos de entrada redundantes)	-	-
12	7.2_HTML_01	0 Elementos blink	1 Elementos blink	0/1	0.00
13	7.2_CSS_02	(Reglas CSS que provocan parpadeos en el contenido)		-	-
14	7.3_HTML_01	0 Elementos marquee	1 Elementos marquee	0/1	0.00
15	7.4_HTML_01	0 Elementos meta para provocar el refresco de la página	1 Elementos meta con http-equiv="refresh"	0/1	0.00
16	7.5_HTML_01	0 Elementos meta para provocar el redireccionamiento de la página	1 Elementos meta con http-equiv="refresh"	0/1	0.00
17	9.1_HTML_01	(Mapa de imagen servidor)		-	-
18	9.1_HTML_01	(Mapa de imagen servidor)		-	-
18	9.1_HTML_01	(Mapa de imagen servidor)		-	-
19	11.1_HTML_01	0 Tecnologías W3C actualizadas	1 DTD	0/1	0.00
20	11.2_HTML_01	0 Elementos HTML anticuados	1 Elementos HTML anticuados	0/1	0.00
21	11.2_HTML_02	0 Atributos HTML anticuados	1 Atributos HTML anticuados	0/1	0.00
22	12.1_HTML_01	1 Marcos en línea sin atributo title	1 Marcos en línea	1/1	1.00
23	12.1_HTML_01	(Marcos sin atributo title)		-	-
24	12.3_HTML_01	1 Elementos fieldset sin leyenda	1 Formularios	1/1	1.00
25	12.3_HTML_04	0 Elementos optgroup sin etiqueta	1 Formularios	0/1	0.00
26	12.4_HTML_01	0 Controles de formulario sin atributo id	1 Controles de formulario con atributo id 0 Controles de formulario sin atributo id	0/1	0.00
27	12.4_HTML_02	0 Controles de formularios sin etiqueta asociada	1 Controles de formulario con etiqueta asociada 0 Controles de formularios sin etiqueta asociada	0/1	0.00
28	13.1_HTML_01	5 Enlaces con igual texto pero diferentes destinos	131 Enlaces	5/131	0.04
Total		8	175	8/175	0.05

Encontramos los 3 errores claves que nos indica porque no fue perfecto el análisis, elementos 'fieldset' sin leyenda, Marcos en línea sin atributo 'title' y validación del CSS.

En caso de optar por un análisis manual, obtendríamos los siguientes resultados:

Resumen de resultados				
	A verificar	Correcto	Incorrecto	No aplicable
Prioridad 1	13	-	1	3
Prioridad 2	16	3	3	7

En este análisis podemos ver que cada fallo concreto y en qué punto de la normativa se ha dado

Puntos de prioridad 1

Los desarrolladores de contenidos para la web **tienen** que satisfacer estos puntos de control. De otra forma, uno o más grupos de usuarios encontrará imposible acceder a la información del documento.

A verificar (13)

1.1 1.3 1.4 2.1 4.1 5.1 6.1 6.2 6.3 7.1 8.1 11.4 14.1

Incorrecto (1)

12.1

No aplicable (3)

1.2 5.2 9.1

Puntos de prioridad 2

Los desarrolladores de contenidos para la web **deben** satisfacer estos puntos de control. De otra forma, uno o más grupos de usuarios encontrará dificultades para acceder a la información del documento.

A verificar (16)

2.2 3.1 3.3 3.4 3.5 3.6 3.7 7.2 7.3 7.4 7.5 10.1 10.2
13.2 13.3 13.4

Correcto (3)

11.1 11.2 12.4

Incorrecto (3)

3.2 12.3 13.1


No aplicable (7)


5.3 5.4 6.4 6.5 9.2 9.3 12.2

Analizador automático de accesibilidad (Hera)

Los resultados de nuestra página son los siguientes:

Resumen del análisis automático

<http://www.uah.es>  [Analizar nuevamente](#)


















 **Tenga en cuenta, al revisar cada punto, que los scripts pueden generar contenidos dinámicos que merecen las mismas consideraciones que los contenidos estáticos.**

Sumario

- URL: <http://www.uah.es>
- Fecha/hora: 30/05/2014 - 15:33 GMT
- Total: 456 elementos
- Análisis automático: 9 segundos
- Errores: **3 errores**
- A verificar manualmente: 37 puntos**
- Revisor: (desconocido)
- Navegador: Sin identificar

Navegar por resultados

Utilice los enlaces de la tabla para revisar manualmente cada uno de los puntos o comprobar los resultados obtenidos en el análisis automático.

Prioridad	Verificar	Bien	Mal	N/A
 P1  WCA6.10	8 	1 	--	8 
 P2  WCA6.10	18 	6 	2 	3 
 P3  WCA6.10	11 	3 	1 	4 

Navegar por directrices

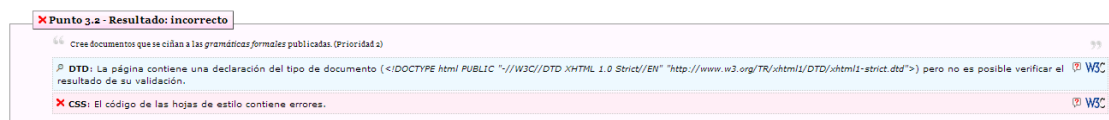
Utilice los enlaces para ver los puntos correspondientes a cada pauta de accesibilidad. Se muestran todos los puntos, independientemente de los resultados obtenidos en el análisis automático.

[Pauta 1](#)
[Pauta 2](#)
[Pauta 3](#)
[Pauta 4](#)
[Pauta 5](#)
[Pauta 6](#)
[Pauta 7](#)
[Pauta 8](#)
[Pauta 9](#)
[Pauta 10](#)
[Pauta 11](#)
[Pauta 12](#)
[Pauta 13](#)
[Pauta 14](#)

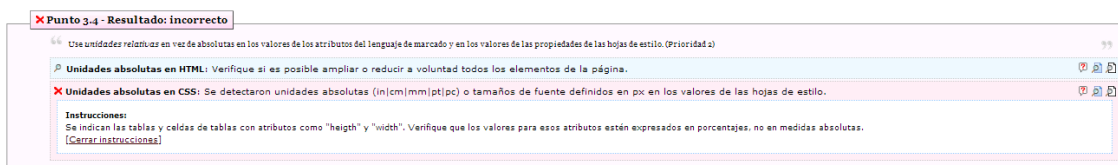
Según la revisión deberíamos verificar manualmente 37 puntos para comprobar realmente si la página es accesible. Para poder llevar a cabo esta verificación manual es necesario conocer las directrices de accesibilidad, pero la herramienta facilita la revisión manual aportando información acerca de los elementos a verificar, indicaciones sobre cómo realizar dicha verificación y dispone de modos de visualización de la página, una en código y otra en modo de cómo se visualiza en el navegador.

Por medio de un formulario podemos modificar los resultados generados de forma automatizada, añadir anotaciones en cada punto de verificación e incluso podremos generar un informe final sobre el análisis que hayamos realizado. Además los datos de los análisis se guardarán durante siete días desde el comienzo del informe para que podamos retomar el análisis más tarde accediendo al mismo por medio de la url con identificador que se generó con el informe.

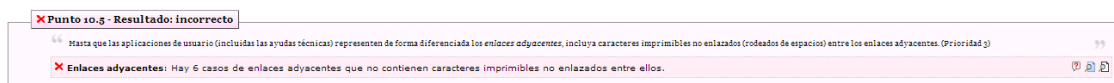
Al igual que en el punto 1.1 como se muestra en la imagen deberíamos modificar y revisar todos los demás de forma manual para saber los fallos de la página, en este caso la página cuenta con 3 errores graves que observaremos a continuación:



No se puede validar el CSS por contenido erróneo en el mismo



En la imagen se observa que se detectaron medidas absolutas en las hojas de estilo y no celdas de tablas con atributos como "height" y "width" que es lo que pide el W3C.



Hay 6 casos de enlaces adyacentes que no contienen caracteres imprimibles no enlazados entre ellos.

Conclusiones

El número de acceso a servicios a través de internet crece cada día, pero un porcentaje de estas sufre limitaciones por su edad avanzada o por algún tipo de discapacidad. Por ello al crear un sitio web hay que tenerlos en cuenta para ampliar el rango de personas que visiten nuestra página.

Es recomendable seguir la comisión de expertos de W3C que persigue medidas de accesibilidad en el desarrollo de sitios web para facilitar el acceso a la información de todas las personas.

Una ventaja de tomar en cuenta la accesibilidad para desarrollar una página web es conseguir mejores posiciones en buscadores.

Analizando la accesibilidad de nuestra página web, nos hemos dado cuenta de posibles fallos y soluciones a la página:

Problema	Solución
Imágenes con hipervínculos no cuentan con texto explicativo.	Incorporar imágenes con texto que nos informe de que hipervínculo es el que se encuentra en la foto
Necesidad de desplazamiento por el banner de la página principal.	Incorporar el banner en un lateral de la página o en la parte inferior del mismo
A veces cuenta con letra demasiado pequeña	Ya cuenta con una mejora para este punto que es tener una letra “verdana”, aunque se le podría dar una letra un poco mayor
No debe de haber dos enlaces con denominaciones iguales que lleven a distintas páginas, esto sucede por la noticia que se encuentra actualmente en el contenido y por enlaces a estudios propios distintos.	Cambiando la descripción del enlace para no entrar en un posible fallo.
Posibles mejoras en el código de la página	Seguir los consejos de los análisis automáticos que hemos realizado anteriormente para modificar el código
Controlar contenido dinámico	En la medida de lo posible eliminar el contenido dinámico, por lo menos en las páginas de nuestra web más visitadas
Elementos ‘fieldset’ sin leyenda	Crear leyendas para los elementos en el código de la página
Marcos en línea sin atributo ‘title’	Crear marcos con el atributo title en el código de la página
Validación del CSS	Seguir los pasos del W3C
Medidas absolutas en las hojas de estilo	Crear celdas de tablas con atributos como “height” y “width”
Hay 6 casos de enlaces adyacentes que no contienen caracteres imprimibles no enlazados entre ellos.	Crear enlaces con caracteres imprimibles enlazados como indica el W3C

Análisis de usabilidad

Vamos a ver ahora la facilidad de aprendizaje del contenido de la página de la Universidad de Alcalá de Henares, la eficacia de uso, la facilidad para recordarlo y la satisfacción subjetiva del usuario al utilizarla. Sobre todo me centraré en la página de inicio, puesto que es la oportunidad de atraer y retener al usuario. La web de Universidad de Alcalá de Henares sobre todo va dirigida a gente joven que está estudiando y tiene un mínimo conocimiento de mundo tecnológico.

Página de inicio

La primera impresión al entrar en la página inicial ya está dando información, la cabecera se identifica claramente en donde se encuentra a la izquierda el logotipo de la universidad de Alcalá con su texto descriptivo que señala un enlace a la propia página principal y cuyo color de fondo más identificativo es el azul. En la parte derecha encontramos una serie de ayudas que facilitan al usuario a visualizar más rápidamente el contenido, desde un punto de vista personal considero que la implantación de esta ayuda actúa en sentido contrario ya que no es claro como quedara o que hará tras utilizarlos.



Saltar a contenido lo único que hace es bajar hasta pasar el banner (que al ser tan grande nos ayuda a acelerar la búsqueda aunque se tarda más en hacer clic ahí que en bajar la página), respecto a las letras A es para aumentar y disminuir el tamaño que para algunas personas puede ayudar pero el orden de las palabras es alterado y no se observa el contenido tan fácilmente, además de poder ampliar el contenido si se desea con el método de la tecla + o con la rueda del ratón y por último el quitar el contraste desde mi opinión altera la esencia de una página web dejando todo como información sin destacar los puntos importantes, por lo que considero que estos dos puntos últimos pueden desecharse de la página.

Lo siguiente que observamos además del menú entre cabecero y banner es otro menú a la izquierda de la página lo cual es una buena posición ya que todos solemos observar la página de izquierda a derecha.

Continuando en la zona izquierda, observamos unos enlaces en imágenes que no tienen mucha relevancia en la página lo cual no le veo sentido tener esos enlaces que ocupan sitio en la misma.

En la parte central de la página observamos cómo se ha incorporado recientemente un video de la graduación de los universitarios, el cual me parece buena idea para atraer la atención de los usuarios de la página aunque me parece demasiado grande ya que tienes la posibilidad de ponerlo más grande al ser un video de YouTube.

Un poco más abajo nos encontramos con las noticias de la universidad lo cual es una buena idea, aunque le falta un siguiente y un atrás para ver otras noticias relevantes de universidad, en vez de eso han puesto otro tipo de enlaces a otras noticias aunque es más eficaz y organizado la incorporación de esos botones.

Después de eso contamos con accesos directos y la zona de agenda de la universidad algo importante para ir añadiendo enlaces a eventos y actividades que vayan a surgir en días posteriores sin necesidad de crear una zona para cada evento. Esta parte no ocupa demasiado y ayuda a los usuarios a enterarse de las novedades de la universidad.

En la parte derecha de la página contamos con una serie de enlaces a utilidades de la universidad que suele el usuario utilizar como puede ser una plataforma virtual, el correo de la universidad, buzón de sugerencias, número de contacto y eventos a posterior sobre todo.

La organización que tiene la universidad es totalmente correcta a excepción de lo ya mencionado para optimizar la página respecto a la actual.

Con respecto al pie de página nos encontramos con la protección de datos, dirección de la universidad y unas instituciones relacionadas, lo cual está bien situado al final de la misma ya que no es algo que el usuario busca, y en caso de que sea así es donde todas las páginas suelen tener ese tipo de información.

Navegación y Búsqueda

En la página de la universidad se utiliza un esquema de navegación a través de menús, pero sin diferenciar la opción en la que se encuentra actualmente, un punto en contra en la usabilidad de la página ya que el usuario puede perderse y no saber a qué ha seleccionado.

Respecto a menú diario digital nos lleva a otra página, algo que se podría evitar fácilmente y que ayudaría a la hora de encontrar y usar la página. En el menú agenda desaparece el menú de la izquierda, algo novedoso pero que lleva a tener que volver si el usuario quiere buscar algo de ese menú.

En el menú de la izquierda de la página contamos con enlaces a diferentes sitios de la web muy bien organizados y remarcados con colores distintos según la utilidad, además es una lista desplegable que si queremos, tras ya haber seleccionado una opción buscar en otro sitio, no se queda la lista desplegable sino que en su lugar se abre la nueva lista a la cual queremos buscar una cosa muy útil para el usuario.

En todas estas opciones, la página cuenta con un símbolo delante del enlace para saber si es un enlace que nos llevará a otra página o un enlace en el cual el contenido principal cambiará pero sin dejar la página.


El buscador se encuentra arriba a la derecha bien visible aunque no cuenta con opción avanzada si no realizas una búsqueda. Además la búsqueda que realiza se va a otra página con otro formato mucho peor que el de la página principal.



Tampoco cuenta con la mejora en la búsqueda por si se ha equivocado de letras al escribir como se ve en el ejemplo, ocasionando que las personas que busquen algo en concreto puede ser que por el formato o por la falta de medios que les faciliten esa búsqueda se vayan sin encontrar lo que estaban intentando.

La búsqueda avanzada cuenta con el mismo formato que el anterior, muy pobre y simple.

[Ir a página principal](#)



Búsqueda avanzada

Buscar resultados	<input type="text" value="con todas las palabras"/> <input type="text" value="con la frase exacta"/> <input type="text" value="con alguna de las palabras"/> <input type="text" value="sin las palabras"/>	<input type="text" value="estudiantill"/>	<input type="text" value="10 resultados"/>	<input type="button" value="Buscar en UAH"/>
Idioma	Mostrar páginas escritas en	<input type="text" value="cualquier idioma"/>		
Formato de archivo	<input type="text" value="Solamente"/> <input type="button" value="mostrar los resultados del formato de archivo"/>	<input type="text" value="cualquier formato"/>		
Presencia	Mostrar resultados en los que mis criterios estén presentes	<input type="text" value="en cualquier parte de la página"/>		
Dominios	<input type="text" value="Solamente"/> <input type="button" value="mostrar resultados del dominio o sitio Web"/>	<input type="text" value="Ejemplos: .org, google.com"/>		
Ordenar	<input type="text" value="Ordenar por importancia"/>			
Seguridad	<input checked="" type="radio"/> Buscar sólo contenido público <input type="radio"/> Buscar contenido público y protegido (se requiere información de acceso)			

Búsqueda relativa a una página

Enlaces	<input type="text" value="Encontrar páginas con enlaces a la página"/>	<input type="button" value="Buscar en UAH"/>
---------	--	--

Con la tecnología Google Search Appliance

En este sitio web existe una organización en red, la cual es muy libre, pero peligrosa, pues nunca sabes muy bien hacia dónde vas y a dónde has ido. Cuando entras en una página, la única señal para saber dónde estás ubicado es el título que aparece al inicio del texto.

Analizador automático de usabilidad (Eye Quant)

Tras analizar que se observa en nuestra página, nos damos cuenta que se centra en el banner y el inicio del contenido web. Es una buena forma de saber dónde se debe de poner los banner en empresas que se centran en el marketing y venta de anuncios y empresas que solo buscan que se centren en un lugar concreto donde verán las ofertas o servicios con los que cuenta la página.



Además observamos el foco de nuestros ojos donde se centraría en los primeros 3 min destacando también aspectos más pequeños como es el logotipo o la zona de búsqueda.



Otro de los análisis que ofrece esta herramienta es saber que 10 cosas son las primeras que observamos y con qué relevancia se hace.



Otra de las posibles mejoras que nos puede servir esta página es para saber algún elemento concreto qué importancia tiene en la página, sin necesidad de saber el resto podemos centrarnos en un elemento y ver si está bien situado según su importancia. En este caso he centrado el foco en el logotipo de la universidad.



Por último, podemos observar un análisis de claridad de la página, a simple vista puede no parecer significativo pero nos ayudará a entender si la gente puede estar mucho tiempo mirando la página sin que le moleste el contenido de la misma.



Tras haber realizado todo este análisis y ver que se trata de una página de una universidad que los anuncios o banner no son tan necesarios, nos damos cuenta que se centra mucho la vista en el banner inicial donde las fotos van variando pero donde realmente la información no es muy relevante, creo que para un aumento de importancia a otros aspectos pondría esa parte más pequeña ya que quitarlo supondría que la gente sólo se fijara en un contenido y en este caso al ser dinámico ayuda a enterarse de muchas cosas, pero creo que con minimizar esa parte unos centímetros nos daría para poder focalizar otra información posterior a ella en este caso eventos o noticias relevantes.

Conclusión

Tras haber realizado un análisis tanto de puntos concretos que la usabilidad tiene en cuenta como la utilización de una de las herramientas gratuitas que nos da una idea de la importancia de la colocación de las palabras e imágenes en nuestra página, nos damos cuenta que hay diferentes puntos a mejorar en la misma para un mejor manejo del contenido y búsquedas más eficaces.

Problema	Solución
Banner demasiado grande	Minimizar el ancho del banner
Iconos con utilidades sin mucha eficiencia como saltar a contenido, cambiar tamaño letra o cambiar contraste	Para saltar a contenido con simplemente desplazarse hacia abajo en la página es suficiente por lo que con eliminar ese botón basta, cambiar el tamaño de letra es para mejorar la visibilidad de las personas pero con ampliar el zoom es suficiente por lo que también considero que no es necesario y el contraste puede resultar ventajoso para algunas personas con discapacidad en la vista pero considero que arriba a la derecha de la página no es el mejor sitio para colocar un botón que apenas usa la gente, yo lo pondría en los enlaces de debajo de la página
Imágenes con enlaces con poco sentido para una página principal	Eliminar esas imágenes de la página principal y hacer un enlace únicamente para todas esas imágenes que pueden tener algo de sentido en cada página específica
Incorporación de videos demasiados grandes.	Incorporar el video de forma más referencial y tener la posibilidad de ampliarlo si te interesa.
Noticias sin botones siguiente y atrás	En vez de incorporar enlaces a otras noticias yo pondría un siguiente y atrás para poder navegar por las noticias sin necesidad de hacer clic y pasarme a otra página para verlas todas

Menú sin referenciar	Es necesario tener un menú en donde sabes en todo momento en que parte del menú te encuentras, con la opción de hacer brillar las letras, cambiar el contraste de colores o ampliar el tamaño de la letra sería suficiente. Cualquier opción que haría destacar ese sitio y no otro podría funcionar para solucionar esto.
Enlace a menú diario digital	Enlace que nos llevará a la misma página que tenemos actualmente con ese contenido sin la necesidad de cambiar de página.
Enlace a menú agenda	Incorporar como en todos los demás enlaces el menú de la izquierda.
Buscador con otro formato	Incorporar el mismo formato a la búsqueda.
No opción de búsqueda avanzada si no buscas algo	Añadir un enlace que pusiera búsqueda avanzada y dirigiera a una serie de filtrados de búsqueda que ayudara al usuario a mejorarla.
Búsquedas sin corrector automático	Incorporar un corrector de palabras que el usuario escriba mal en la búsqueda.
Elementos importantes como eventos en zonas no visibles cuando carga la página	Incorporar algún enlace que nos llevará a esos eventos en alguna parte de la primera página que tuviera gran influencia para el usuario utilizando la herramienta Eye Quant.

Análisis de enlaces

Tan importante es analizar la colocación del contenido como si el contenido es el correcto, en este caso vamos a analizar los enlaces tanto los que hay rotos como los que referencian nuestra página

Para ello usaremos directamente analizadores automáticos diferentes para tener más alcance a la hora de observar enlaces dañados.

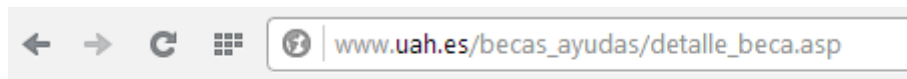
Analizador automático de enlaces rotos (Link Valet)

Los enlaces rotos que hemos podido observar en esta herramienta son los siguientes:

http://www.uah.es/becas/ayudas/detalle_beca.asp
<http://www.uah.es/becas/ayudas/>

500 Internal Server Error
500 read timeout

El enlace de las ayudas de las becas que no encuentra la página y los detalles de esa beca.



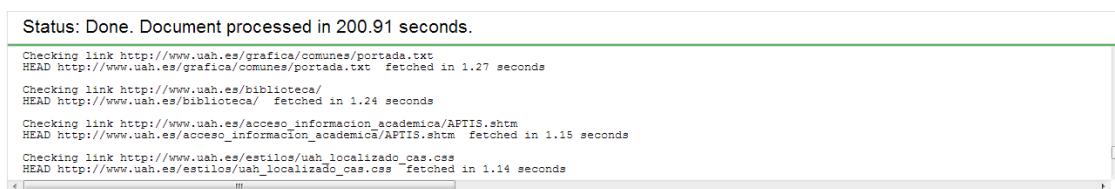
No se puede mostrar la página. Error interno en el servidor.

Además de estas mostraba muchos enlaces no encontrados pero que incorporados de uno en uno a la URL se observa que todos funcionan a la perfección.

También nos dice, los enlaces que se redireccionan lo cual se podrían cambiar directamente por el enlace final sin ningún problema.

Analizador automático de enlaces rotos (W3C Link Checker)

Otra herramienta que nos ayuda a averiguar que enlaces son los que dan problemas es W3C Link Checker que tras 200 seg. de análisis nos muestra un listado de enlaces con problemas.



Results

List of broken links and other issues

There are issues with the URLs listed below. The table summarizes the issues and suggested actions by HTTP response status code.

Code	Occurrences	What to do
403	2	The link is forbidden! This needs fixing. Usual suspects: a missing index.html or Overview.html, or a missing ACL.
404	50	The link is broken. Double-check that you have not made any typo, or mistake in copy-pasting. If the link points to a resource that no longer exists, you may want to remove or fix the link.

El resultado de este análisis nos muestran 50 con error 404 y 2 con error 403, como hemos observado en la herramienta anterior todos los del error 404 funcionan ya que si encuentra perfectamente la URL, pero entre los dos de 403 observamos un link roto.

http://www.uah.es/grafica/comunes/fondo_uah.jpg

En ese link se observa que es de una imagen que ya no existe y que ha dejado de funcionar sin quitar su link.

La herramienta nos da detalle específico de los 52 errores y tras analizarlos contamos con ese único error grave. Esta herramienta no da tantos errores y redireccionamientos como la anterior pero se centra más en los errores y es más directa y ágil.

Analizador automático de enlaces rotos (Xenu)

Otra herramienta gratuita de este estilo es Xenu, la cual debe de instalarse para poder utilizarla.

Cuando ya la tienes instalada con poner la URL de la página a analizar obtenemos una serie de errores:

Uno de estos errores no específico de enlaces también lo muestra la página por lo que vemos que nos ayuda además de limpiar enlaces rotos de mejorar el código.

lid...	ok	text/html	30449	Escuela de Doctorado - UAH - Escuela - Garantía de Calidad
lid...	ok	text/html	56445	Escuela de Doctorado - UAH - Escuela - Garantía de Calidad
lid...	ok	text/html	56412	Escuela de Doctorado - UAH - Escuela - Garantía de Calidad
	not found			Oferta Académica <b class="caret">
ife...	skip type			Programas de Doctorado
fa...	ok	text/html	45920	Escuela de Doctorado - UAH - Oferta Académica - Programas de Do

Ahora vamos a centrarnos en los enlaces rotos que es lo que se encarga sobre todo esta herramienta.

http://www.uah.es/estilos/uah_localizado_cas.css	ok	text/css	143
http://www.uah.es/estilos/uah_ie5mac.css	ok	text/css	1272
http://www.uah.es/.../grafica/comunes/fondo_uah.jpg	not found		
http://www.uah.es/estilos/uah_impresion.css	ok	text/css	2313
http://www.uah.es/scripts/general.js	ok	application/x...	30908

El mismo error que la herramienta anterior.

http://www.uah.es/grafica/comunes/ico_enlace_externo...	ok	image/gif	437
http://www.uah.es/grafica/comunes/cabecera_fondo_discap...	not found		
http://www.uah.es/grafica/comunes/menu_principal_borde.gif	ok	image/gif	43
http://www.uah.es/grafica/comunes/ico_enlace_externo_me...	ok	image/gif	62
http://www.uah.es/grafica/comunes/menu_mostrar.jpg	ok	image/jpeg	522
http://www.uah.es/grafica/comunes/menu_desp.jpg	ok	image/jpeg	534
http://www.uah.es/grafica/comunes/mp_interior_discapacida...	not found		
http://www.uah.es/estudios/grados/estilos/images/bg_.gif	not found		

Tres imágenes más como la anterior que no muestra la página



En ellas se observa que la UAH cuenta con un aviso por si alguna de las páginas que buscas no se puede localizar.

También nos da error en algunos enlaces con identificación inicial como puede ser comunicac o miportal.

https://portal.uah.es/comunica	not found		Comunicac
http://www.uah.es/estudiantes/inicio.shtm	ok	text/html	41509 Universidad de Alcalá - Madrid Estudiantes

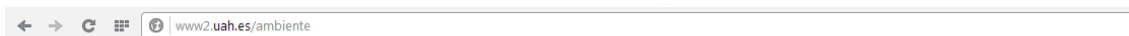


Not Found

The requested URL /GP_EPD/pg_login was not found on this server.

Oracle-Application-Server-10g/10.1.2.2.0 Oracle-HTTP-Server Server at portal.uah.es Port 443

También nos muestra enlaces www2 con otros errores.



¡Objeto no encontrado!

El enlace requerido no ha sido localizado en este servidor. Si usted proporcionó el enlace de manera manual le solicitamos que por favor revise los datos e intentelo de nuevo.

Por favor contacte con el [webmaster](#) en caso de que usted crea que existe un error en el servidor.

Error 404

www2.uah.es
Mon Jun 9 09:23:41 2014
Apache/2.0.59 (Linux/SuSE)

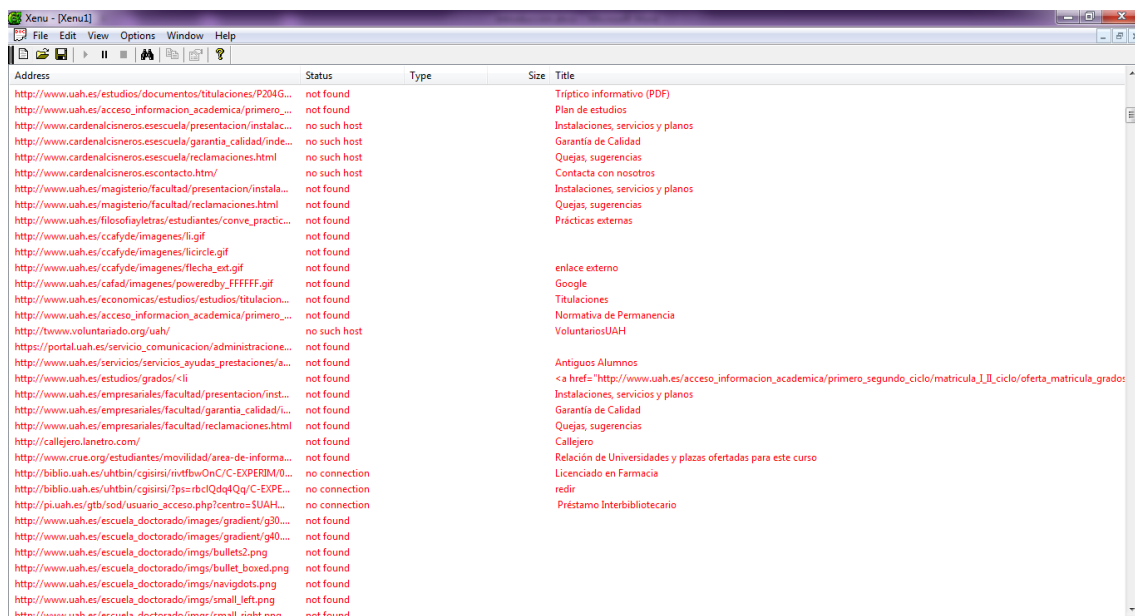
Enlaces que han dejado de funcionar como:

http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/primero...	ok	text/html	53445	Universidad de Alcalá - Oferta Académica
http://www.uah.es/acceso_admision_matricula.shtm	not found			Admisión, Matriculación e Información Académica
http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/docume...	ok	application/pdf	114315	Procedimiento (PDF)
http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/docume...	ok	application/pdf	114315	Procedimiento (PDF)
http://www.uah.es/enlaces/boletines.shtm	not found			Boletines Oficiales
http://www.uah.es/enlaces/medioscom.shtm	not found			Medios de comunicación
http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/primero...	not found			
http://www.uah.es/escuela_doctorado/fonts/glyphicons-half...	not found			
http://www.uah.es/escuela_doctorado/fonts/glyphicons-half...	not found			
http://www.uah.es/escuela_doctorado/fonts/glyphicons-half...	not found			
http://www.uah.es/escuela_doctorado/fonts/glyphicons-half...	not found			
http://www.uah.es/escuela_doctorado/fonts/glyphicons-half...	not found			
http://www.uah.es/discapacidad/reconocimiento_creditos.shtm	not found			Programa de reconocimiento de créditos

O enlaces a pdf que no se encuentran:

http://documentos/coordinadores_programas.pdf	no such host	Doctoral Programme coordinators
---	--------------	---------------------------------

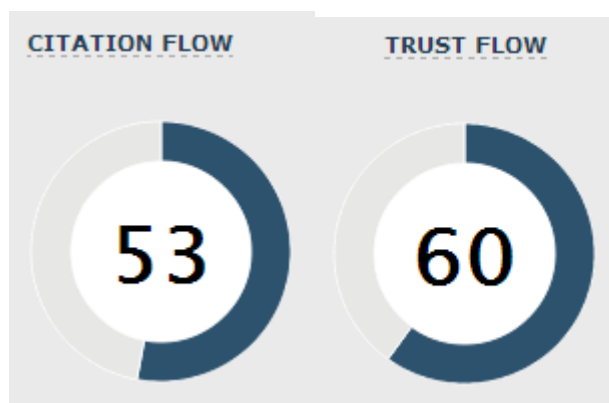
Como estos errores hay muchos parecidos como se observa en esta imagen donde, se ve que la barra de desplazamiento indica que existe muchas más líneas que nos indican los errores. Algunos de ellos como ya he dicho son problema de conexiones y servidores por falta de credenciales pero otros son de imágenes y enlaces que están rotos los cuales hay que arreglarlos.



Analizador automático de enlaces a nuestra página (Majestic SEO)

Una de las herramientas con más visualización de datos respecto a los enlaces que tienen otras páginas de nuestro sitio web es Majestic SEO en donde analiza el número de menciones que tiene la página (citation flow) y los clics que la gente hace en ella (trust flow).

Respecto a nuestra página de la universidad de Alcalá de Henares, encontramos ese porcentaje en las siguientes imágenes.



Esta herramienta también nos da los backlinks externos con los que contamos y los dominios, IPs y Subnets de referencia actuales y en los últimos 5 años sumados.

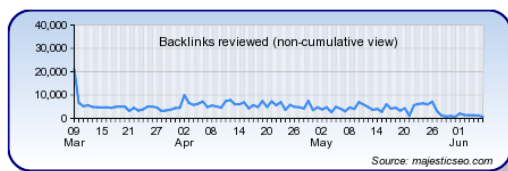
Backlinks externos	Dominios de referencia	IP de referencia:	Subnets de referencia:
433.042	4.635	3.497	2.725
en los últimos 5 años.			
<u>2.971.592</u>	<u>12.233</u>	<u>7.675</u>	<u>5.514</u>

También nos indica cuales de esos dominios y backlinks son de lugares educativos o gubernamentales lo cual nos influye bastante ya que se trata de una página de educación

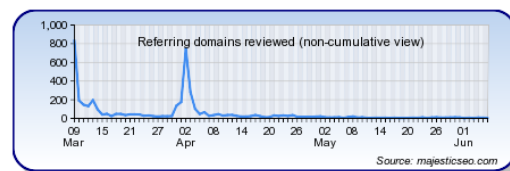
Backlinks ref. educativos:	1.045
Backlinks ref. gubernamentales:	21
Dominios ref. educativos:	196
Dominios ref. gubernamentales:	10
URL indexadas:	10.988

Otro dato en forma de gráfico nos muestra los links y dominios que son revisados.

Backlink History

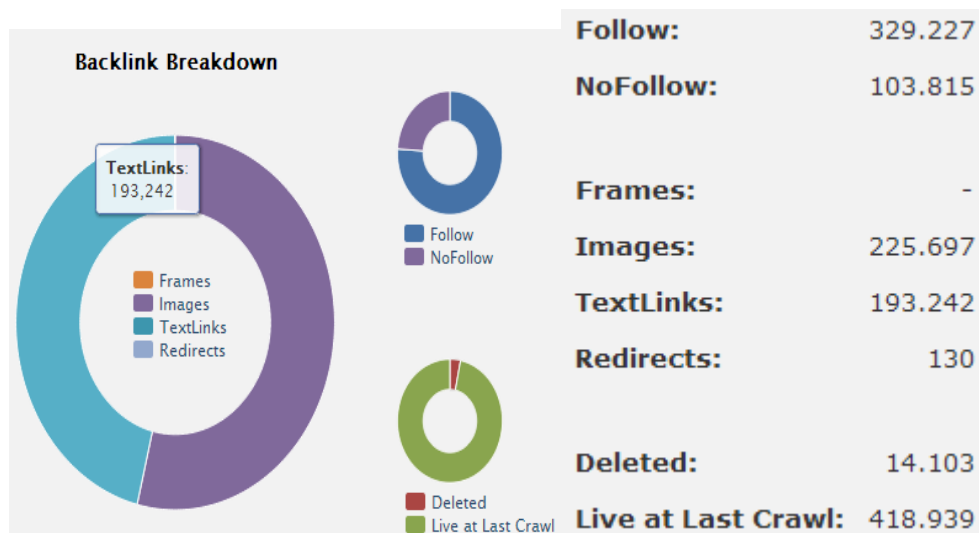


El gráfico muestra los **External Backlinks** revisados en los últimos 90 días.



El gráfico muestra los **Referring Domains** revisados en los últimos 90 días.

En los siguientes gráficos se observa los tipos de backlinks que tiene.



Y por último una serie de listas de backlinks que pueden verse completamente detalladas si utiliza una cuenta Premium o usa la versión de prueba.

#	URL		Flow Metrics de URL		Tipo de enlace	Primera vez que se indexó
			Trust Flow	Citation Flow		Última vez que se vio Fecha en la que se perdió
1	http://blogs.monografias.com/institucional/universidad-de-alcala/		61	60		< 13 Mar 2014 03 Jun 2014 -
2	http://www.concursoblog.com/ Sin texto alternativo		54	48	Image	06 May 2014 05 Jun 2014 -
3	http://en.wikipedia.org/wiki/Doctorate historia de la universidad. universidad de alcala. 2011.		47	49	NoFollow	25 Mar 2014 02 Jun 2014 -
4	http://www.alcalingua.com/index.php/es/ Sin texto alternativo		51	43	Image	< 13 Mar 2014 06 Jun 2014 -
5	http://www.alcalingua.com/index.php/es/deportes		51	43		< 13 Mar 2014 06 Jun 2014

Conclusión

Tras haber realizado un análisis tanto de enlaces rotos como de enlaces a la página, nos damos cuenta que hay diferentes puntos a mejorar en la misma para que el usuario no se vaya al ver que los enlaces no funcionan.

Problema	Solución
Enlaces rotos	Arreglar aquellos enlaces que las herramientas automáticas nos han indicado que están rotos, podemos quitarlos o cambiar el hipervínculo de referencia.
Enlaces redireccionables	Cambiar la dirección del enlace a la última página que se redirecciona para optimizar la velocidad de carga.
Imágenes inexistentes en el código	Incorporar la imagen que se cita en el código o eliminar esa línea de código.
Pdf inexistente	Incorporar el pdf o eliminar el enlace.
Enlaces a nuestra página eliminados o no utilizados	Investigar que páginas tienen nuestra URL en su sitio web y ver si está en desuso o solamente está en un lugar difícil de acceder para el usuario e incentivar a esa página a que arregle el problema.
Blacklinks educativos	Aumentar el número de backlinks educativos al año ya que nuestra página trata de educación y el número de links en otras páginas educativas debería aumentar.

Aunque parezca que apenas contamos con fallos, con la herramienta Xenu nos damos cuenta que es al revés, que son siempre los mismos fallos fáciles de modificar pero que hay muchísimos por lo que debería la UAH centrarse en la mejora de enlaces a su página ya que es un motivo cada vez más significativo la pérdida de usuarios por enlaces fallidos.

Análisis de posicionamiento SEO

A la gente le encanta entrar a una página con lo que ella busca, pero lo difícil es encontrar esa página que es lo que el cliente quiere, para ello está el posicionamiento SEO, estar lo más arriba en el buscador para que el cliente por lo menos visite tu página y vea si es lo que quiere.

Para ello usaremos directamente analizadores automáticos diferentes para que nos muestren consejos y ayudas a la hora de posicionar la página.

Analizador automático de posicionamiento SEO (SEO gratis)

Uno de los analizadores más conocidos en el mundo del posicionamiento SEO es este, el cual ofrece un conjunto de datos visuales para mejorar la posición de la página.

Para un buen manejo de la página vamos a ir viendo que consejos nos dan y si los cumplimos:

El nombre de la URL o dominio y el título de la página son cortos y expresan muy bien su contenido pero la meta descripción es demasiado pequeña para la necesidad de saber que contiene la página, se recomiendan usar entre 70 y 160 caracteres para expresar mejor la información que contiene.

Consejos para mejorar el código html

URL

<http://www.uah.es>

Longitud: 10 caracteres



Mostrar consejo

Título

Universidad de Alcalá (UAH) - Madrid

Longitud: 36 caracteres



Mostrar consejo

Meta descripción

Web de la Universidad de Alcalá

Longitud: 31 caracteres



La descripción de la página es corta, se recomienda incluir más palabras claves que describen el contenido de la página.

Mostrar consejo

Respecto a las keywords, la UAH cuenta con muchas palabras claves, siendo recomendadas 10-15 palabras o frases clave.

Meta keywords

universidad, ciencia, cultura, arte, tecnología, universidad de alcalá, facultades, departamentos, postgrado, grado, universitarios, investigación, becas, estudios, doctorado, licenciado, licenciatura, university, campus, Patrimonio de la Humanidad, World Heritage Site, University of Alcalá, science, culture, art, technology, faculties, colleges, degrees, postgraduates, sports, languages, campus, Madrid, academics, research, scholarships, studies, Spain, doctoral degree, master's degree

Palabras claves: 41

Se recomienda usar 10-15 palabras claves.



Quitar consejo

Con respecto a la utilización de código específico para añadir los títulos e imágenes es el correcto, pero se debería utilizar más texto en la página principal ya que solo se utiliza un 8% y eso lo penaliza el buscador.

Títulos

H1	H2	H3	H4	H5	H6
1	2	3	1	0	0



Mostrar consejo

Imágenes

Hemos encontrado **19** imágenes en la página.

Todos tienen el atributo ALT.



Mostrar consejo

Texto/código

8%

Se sugiere agregar un poco más texto a la página web.



Mostrar consejo

Con respecto a los demás elementos del código es el correcto excepto en los numerosos enlaces de la página, google recomienda no incorporar más de 100 enlaces.

Frames

Número de frames: 0

Número de iframes: 0



Mostrar consejo

Flash

La página web no tiene flash.



Mostrar consejo

Favicon



Mostrar consejo

Enlaces

Internos: 101

Externos: 30

Nofollow: 11



Se recomienda reducir el número de enlaces en la página.

Mostrar consejo

Da una pequeña información y consejo respecto al servidor, el cual la UAH cumple

Servidor Uah

Información acerca del servidor web

Tecnología	Microsoft-IIS/7.0
-------------------	-------------------

IP	212.128.64.12
-----------	---------------

Geo localización	 España, Madrid, Alcalá De Henares
-------------------------	---

Tiempo de descarga medio	1325 milisegundos, 61% de sitios son más lentos.
---------------------------------	--

gzip	
-------------	---

Puede reducir el tamaño de descarga y así aumentar la velocidad de su sitio web mediante el uso de [Gzip](#).

Da información respecto de los lugares de visitas de la UAH que nos ayudará a saber quiénes son nuestros usuarios.



Analizador automático de posicionamiento SEO (Woorank)

Otro de los analizadores de posicionamiento SEO más conocidos actualmente es Woorank, el cual ofrece además de otro tipo de analizadores, 129 consejos para mejorar el posicionamiento que veremos a continuación en el análisis de la página.

Contamos con un 79.1% de cosas correctas en el sitio web, por ello vamos a analizar aquellas que se pueden mejorar y aquellas erróneas. Este porcentaje varía según el contenido dinámico que se encuentra en la página actualmente.



Vamos a ver qué cosas son necesarias mejorar:



La descripción, como en el anterior, nos dice que debe contener más caracteres.



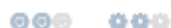
Las palabras clave tienen un bajo impacto.

Coherencia de palabras clave

Palabras clave	Contenido	Título	Descripción	<H>
universidad	10	✓	✓	✓
estudios	10	✗	✗	✗
uah	9	✓	✗	✓
alcalá	7	✓	✓	✓
centros	5	✗	✗	✗
Palabras clave (2 términos)	Contenido	Título	Descripción	<H>
universidad alcalá	5	✓	✓	✓
facultades escuelas	3	✗	✗	✓
estudios posgrado	2	✗	✗	✗
posgrado estudios	2	✗	✗	✗
estudios renovados	2	✗	✗	✗
Palabras clave (3 términos)	Contenido	Título	Descripción	<H>
renovados estudios posgrado	2	✗	✗	✗
estudios posgrado estudios	2	✗	✗	✗
campus excelencia internacional	2	✗	✗	✗
posgrado estudios propios	2	✗	✗	✗
estudios renovados estudios	2	✗	✗	✗

Aunque en esta herramienta dice que las palabras clave son coherentes con el contenido observamos que hay palabras que no se encuentran en la descripción ni en el título y mucho menos en la línea <h> del código de la página.

Ratio texto/HTML 8.73 %



El porcentaje de texto con respecto al HTML no es el adecuado.

Páginas populares

Universidad de Alcalá (UAH) - Madrid

Escuela Informática - Universidad de Alcalá

Escuela de Doctorado - Universidad de Alcalá

Estudios de Enfermería de la Universidad de Alcalá (UAH) - Madrid

Vista previa de Google



[Universidad de Alcalá \(UAH\) - Madrid](http://uah.es/)

uah.es/

Web de la Universidad de Alcalá

Con respecto a las páginas populares no son las más correctas ni la vista previa que se tiene en google, en este caso al realizar una búsqueda personal para ver el contenido, me di cuenta que la descripción que sale en este pantallazo es inferior a la de mi búsqueda

Google+ Publisher

No disponible



Enlaces en página

Se han encontrado un total de 128 enlace(s), incluyendo 1 enlace(s) a archivos



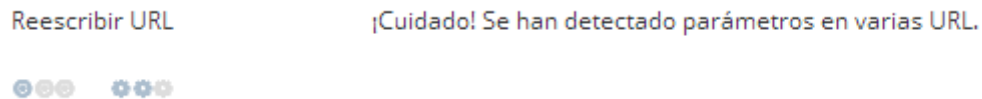
■ Enlaces externos: Nofollow (2.3%)
■ Enlaces externos: Traspaso de link juice (24.1%)
■ Enlaces internos (73.6%)

Anchor text	Tipo	Link juice
http://www.uah.es/grafica/comunes/uah.ico	Enlaces internos	Traspaso de link juice
http://www.uah.es/estilos/uah_basicos.css	Enlaces internos	Traspaso de link juice
http://www.uah.es/estilos/uah_texto_menor_castella...	Enlaces internos	Traspaso de link juice
http://www.uah.es/estilos/uah_texto_medio_castella...	Enlaces internos	Traspaso de link juice
http://www.uah.es/estilos/uah_texto_mayor_castella...	Enlaces internos	Traspaso de link juice
http://www.uah.es/estilos/alto_contraste.css	Enlaces internos	Traspaso de link juice

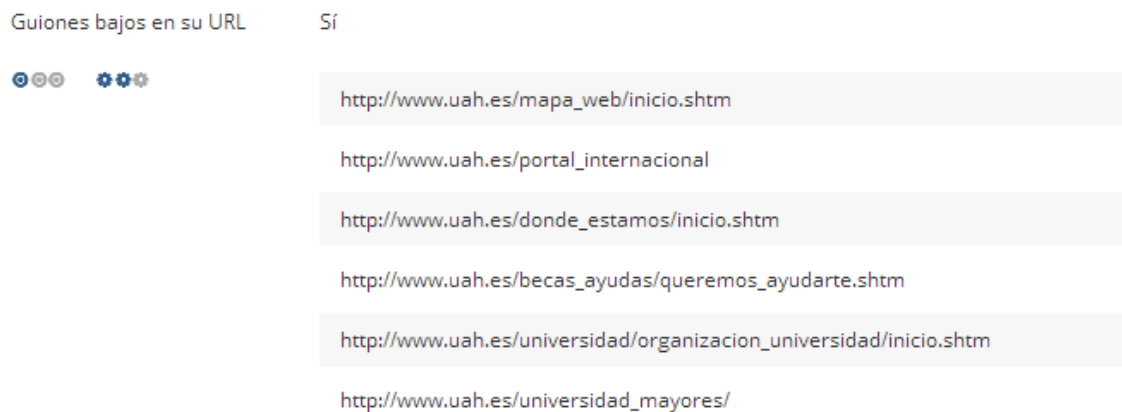
No cuenta con publicidad de google y los enlaces como ya citamos son superiores a la media



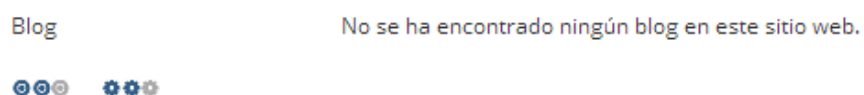
No cuenta con un archivo que evita que los robots de los motores de búsqueda entren a páginas y directorios determinados.



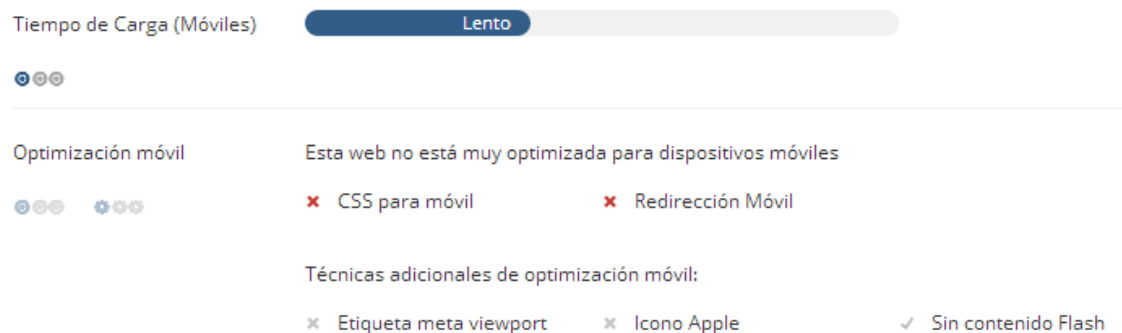
El nombre de la URL en algunas páginas incluye contenido innecesario, sería conveniente volver a nombrar algunos.



Usar URL con guiones normales, no guiones bajos para maximizar el buscador.



Incorporar un blog específico de la página.



En lo referente a los móviles, el tiempo de carga es lento algo que no es grave pero se puede mejorar, pero la optimización no es la correcta ya que no cuenta con un CSS para móviles concreto y no da la opción de crear una redirección si usas un móvil en vez de un PC.

Además esta página nos ofrece una versión de 7 días gratuita para poder descargarnos el informe en pdf para ver que otros consejos nos da, para utilizar la usabilidad de esta herramienta y muchas otras cosas.

Para hacer un resumen de lo visto anteriormente, la página nos ofrece las prioridades que debe mejorar la universidad:

Prioridades para mejorar uah.es :

- ☐ Cree un archivo robots.txt
- ☐ Mejore la meta-descripción
- ☐ Añada un formulario de conversión
- ☐ Optimice su sitio web para el acceso desde dispositivos móviles
- ☐ Añada contenido adicional con más palabras clave

Analizador automático de posicionamiento SEO (Lipperhey)

Otro de los analizadores de SEO menos conocido es Lipperhey, pero que actualmente es una herramienta muy útil para la mejora de la posición de la página. En él encontramos un análisis muy gráfico de lo que hay que mejorar en nuestra página y las soluciones para ello.

Tras analizar la universidad de Alcalá de Henares, vemos que el porcentaje de cosas correctas no es demasiado elevado por lo que tenemos que mejorar gran parte de ellas.



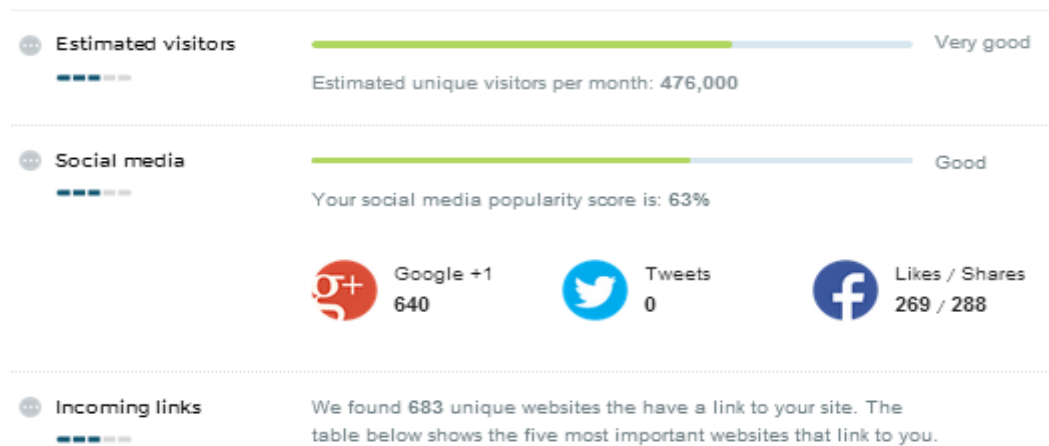
Universidad de Alcalá (UAH) - Ma..
www.uah.es
Single page analysis of www.uah.es

Score
58%

Tweet Vind ik leuk 126 GET LINK

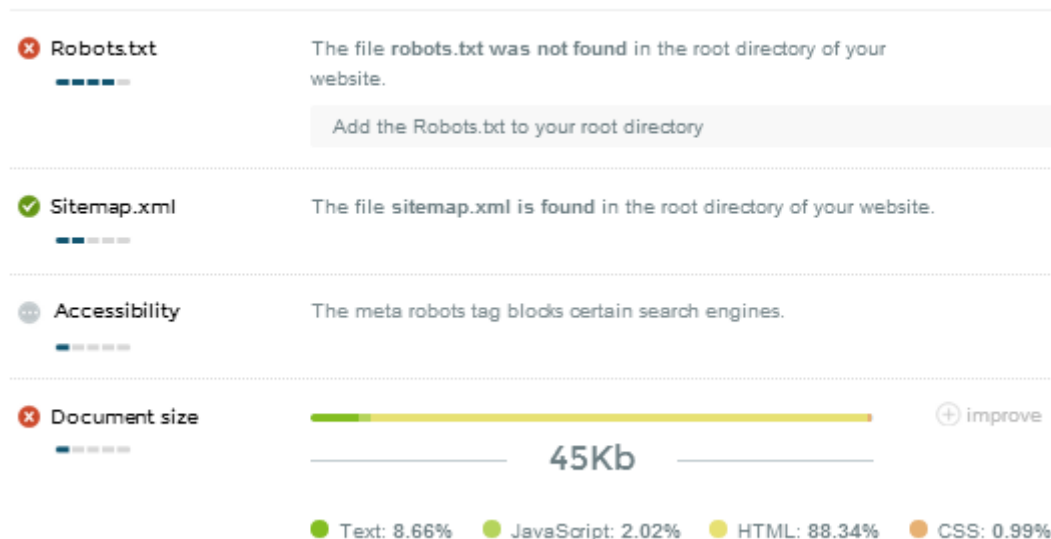
Con respecto a los visitantes, el número de usuarios al mes de nuestra página es muy bueno ya que al ser una página de contenido educativo muchos de los estudiantes entran varias veces al día. En las redes sociales también destaca sobre todo en Facebook y google + aunque hace falta mejorar los tweets de twitter de forma diaria ya que empezó con mucha potencia pero necesita aumentar ese potencial. Los links de referencias ya hemos analizado en otras herramientas mucho más precisas que esta.

Visitors



Con respecto a lo que ya hemos visto en las otras herramientas el robots.txt no está y el porcentaje de relación de texto y HTML no es el correcto, pero en este analizador lo realiza de forma gráfica. Como se observa en la imagen este porcentaje es demasiado inferior.

Indexability

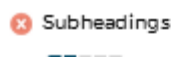


Tras analizar un poco datos que nos pueden llevar a un mayor conocimiento de porque la posición SEO actual no es la mejor, vamos a centrarnos en esto:



Aunque en la forma visual de esta advertencia parecería que el dominio de la URL no es el correcto, cuando vemos los detalles de este error nos damos cuenta que se refiere a que las palabras clave no son las correctas como ya hemos citado en anteriores herramientas.

Otra de las cosas que ninguna de las demás herramienta nos ha dicho es que los subtítulos están desorientados respecto a la ordenación y colocación en la página.



We've found 6 subheadings.

H2	
H3	Agenda
	Accesos directos
	Universidad de Alcalá
H4	Instituciones Relacionadas
H5	-
H6	-

Como observamos la universidad ha puesto subtítulos por localización de la página esquivando el h5 y h6 e incorporando el h2 para categorías y subcategorías del menú.

Conclusión

Como ya he dicho, es muy importante estar en una buena posición en un buscador para que al menos el usuario visite nuestra página, mucha gente compra o ve cosas por internet sin ser esa la página que estaba buscando o sin haber encontrado la página correcta, por eso, si el sitio web que estas analizando es el primero, estos problemas los solucionas.

Para ello haremos el cuadro de problemas y soluciones que vimos para la página de la UAH, aunque dependiendo de la página que estemos analizando será diferente.

Problema	Solución
Descripción de la página demasiado corta	La descripción de la página actual es de 31 caracteres donde no se define correctamente el contenido de la página, es necesario como muestran los analizadores tener entre 70 y 160 caracteres para expresar mejor el contenido y que los buscadores lo tengan en cuenta.
Demasiadas palabras clave	Actualmente, la página cuenta con 41 palabras clave para posicionarse en los buscadores, y el hecho de tener más no significa mejor posición, al revés, los buscadores prefieren entre 10 y 15 palabras clave o frases clave.
Elección errónea de palabras clave	Algunas de las palabras utilizadas son buenas, pero al haber demasiadas palabras muchas no se suelen buscar o la palabra no tiene mucho sentido con la universidad, hay que seleccionar palabras clave como UAH,

	<p>Alcalá o en frase Alcalá de Henares, universidad, grado, etc.</p> <p>Además se debe utilizar títulos, líneas <h> y descripciones referidas a las palabras clave que se utilicen. Yo utilizaría la herramienta Adword para ver si las palabras claves son buscadas en internet. https://adwords.google.es/KeywordPlanner</p>
Proporción equivocada texto HTML	El texto es de un 8% con respecto al contenido general, esta parte debe aumentar para que sea más atractivo y puntúe mejor para los buscadores.
Demasiados enlaces	Normalmente todas las páginas tienen el efecto contrario, escasez de enlaces, en este caso es excesivo, los buscadores recomiendan en torno a 100 enlaces en la página, en este caso cuentan con bastantes más y muchos no son necesarios.
No cuenta con Robots.txt	Incorporar un archivo que evita que los robots de los motores de búsqueda entren a páginas y directorios determinados.
Reescribir URL	Algunas de las URL de la página cuentan con un nombre innecesario que podría minimizarse, además de que la mayoría cuenta con un guión bajo para nombrarlas que en el caso de los buscadores recomiendan un guión normal.
Sin blog	Incorporar un blog con noticias y eventos de la página.
Baja prestación en dispositivos móviles	Mejorar la página en dispositivos móviles, por ejemplo, incorporando un css específico o aumentando la velocidad de carga del contenido.
Subtítulos mal organizados	Subtítulos de la página incorporando el h5 y h6 y mejorando el h2. No basados en la posición de la página sino en la importancia del contenido de la misma.

Análisis de redes sociales

A la gente le encanta entrar a una página con lo que ella busca, pero lo difícil es encontrar esa página que es lo que el cliente quiere, para ello está el posicionamiento SEO, estar lo más arriba en el buscador para que el cliente por lo menos visite tu página y vea si es lo que quiere.

Para ello, haremos un análisis manual de las páginas y observaremos posibles herramientas a utilizar para que nos muestren consejos y ayudas a la hora de posicionar la página.

Análisis de Facebook de la UAH

(<https://www.facebook.com/UniversidadDeAlcala?fref=ts>)

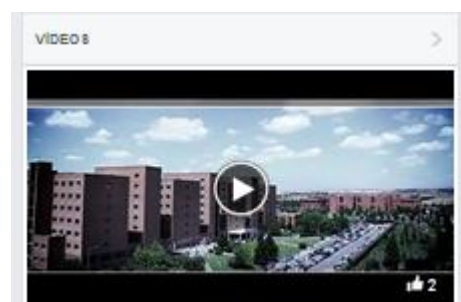
Observamos el número de likes, visitas de la página y las estrellas con la que cuenta la página.



La información que nos proporciona es escasa, ya que sólo nos lleva a la página web y a situar la universidad en un lugar, este apartado podría mejorarse ampliando los servicios que la universidad ofrece, que carreras se pueden hacer, donde conseguir más información acerca de la universidad, entre otras cosas.



Las aplicaciones, fotos y videos que cuentan en la página de Facebook es muy buena idea, además de estar colocados en una excelente posición en la página



Cuenta con un apartado de opiniones de la gente, que les ayudará a cambiar algunas cosas en la universidad, eso ayuda a que los clientes interactúen y se sientan más cómodos.



Las publicaciones de la página se hacen a diario, eso ayuda a que cualquier evento reciente sea público de inmediato. Estas publicaciones cuentan con bastante apoyo de la gente ya que en muchas se observa que a la gente le gusta.

En este ejemplo vemos claramente que fue una publicación reciente y ya le gusta a 2 personas.



Para concluir con este análisis, me he fijado que las páginas de las universidades se apoyan entre ellas teniendo acceso desde la página de la universidad de Alcalá de Henares a otras universidades a través de los "me gusta".

Análisis de Twitter de la UAH (<https://twitter.com/UAHes>)

Observamos el número de tweets, fotos y videos y seguidores de la página.

TWEETS	FOTOS/VIDEOS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	FAVORITOS
9 770	215	72	16,3K	1

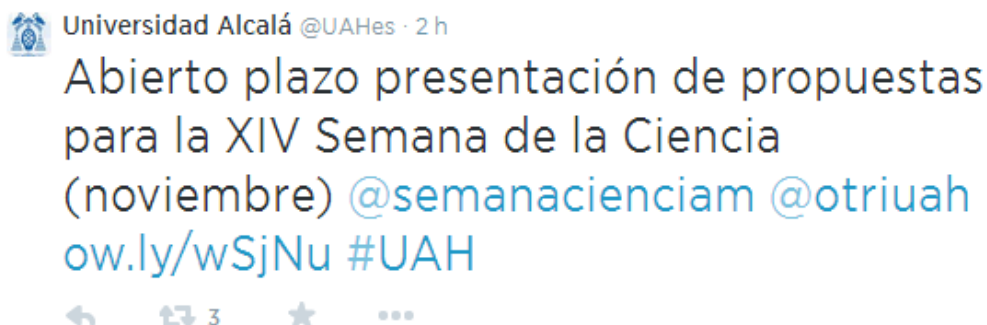
La información que ofrece también es escasa como en Facebook.



Cuenta con una sección de fotos y videos pero no con la posibilidad de acceder a alguna herramienta de la universidad.



Cuenta con elevada presencia en cuanto a los tweets realizados ya que realiza unos 15-20 diarios y en donde se observa que la gente la sigue por los retweets que se ven en esta imagen.



Analizador automático de redes sociales (Simply Measured)

Una de las 3 herramientas seleccionadas para el análisis de redes sociales es Simply Measured, esta herramienta nos ofrece una serie de análisis gratuitos de la página que queremos analizar de forma que si hacemos todo lo que nos deja, llegamos a recolectar una información muy valiosa.

Entre los análisis se encuentran:

- Número de seguidores de twitter

En donde se observa que ya pasaron los 15.000 seguidores



- Número de likes de Facebook

Sobrepasa los 25.000 likes



- Comparación de likes de la competencia



Esta última herramienta es la única que se puede considerar útil de esta página ya que se puede analizar cualquier universidad con respecto a la nuestra.

Además quería añadir la página para mostrar las diferentes posibilidades que cuenta esta página si se utiliza una versión de pago. En donde podemos observar que el análisis es mucho más exhaustivo.



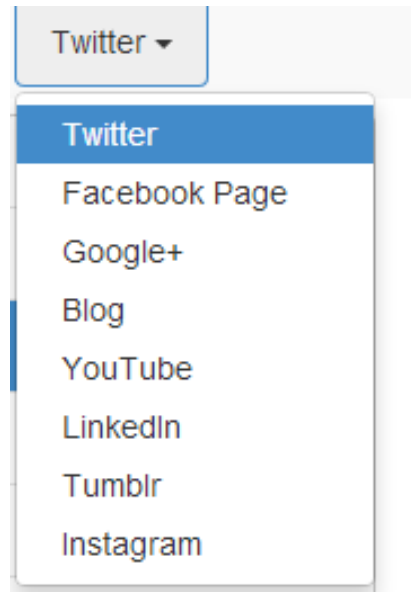


Todas ellas son versiones de pago de cada una de las redes sociales actuales, cada vez son más las herramientas que ofrece esta página y nos ayuda a complementar las herramientas gratuitas.

Analizador automático de redes sociales (True Social Metrics)

Otro analizador automático es True Social Metrics que cuenta con 14 días gratuitos para realizar un análisis de las redes sociales. En él, necesitamos conectarnos para ver una serie de gráficos que nos muestra información de cada una de las series, para mostrar un poco como se usaría la página, vamos a ver una serie de análisis ya predeterminados que nos ofrece la herramienta y así ver que nos puede ofrecer.

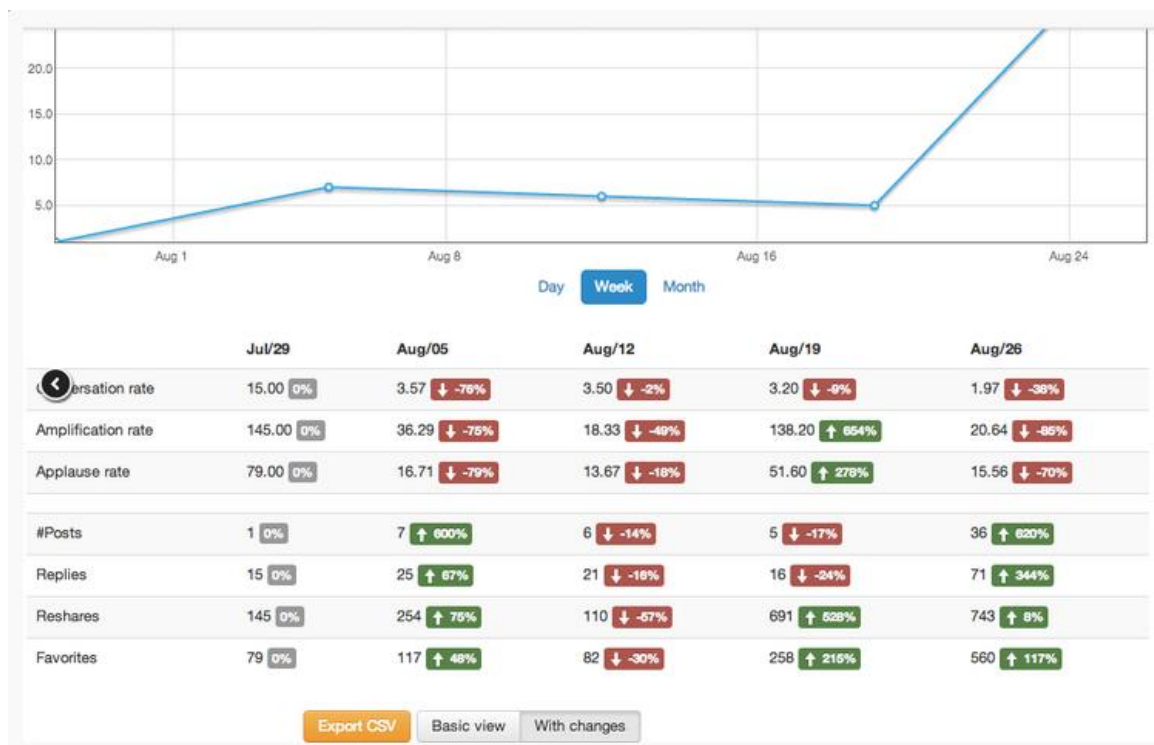
Las redes sociales que se podrían analizar son las siguientes:



De cada red social contamos con análisis más detallados como vemos a continuación con Twitter:



Por ejemplo vamos a ver las tendencias de una red social:



Se divide en meses y semanas y se observa el número de post, los favoritos, el ratio de diversas cosas, etc.

Predicción de posibles publicaciones en la página.

Prediction

Text

Dr Pepper.
See you already want one.

Type of content

Text

Check

Cancel

Predicted performance

high

Confidence

42%

Test your planned posts at our Predictive analytics form to find out which of them will be the most engaging. Depending on the type of the content, topics and keywords. Such Proactive analytics will help you always post effective content and get rid of content followers tend to ignore.

Observamos que te da un porcentaje según lo que escribes y se puede mejorar si das datos de la industria a la que va referida y el país.

Hay que darse cuenta, que esto son dos análisis de 1 red social, hay 10-15 análisis por red social por lo que la información a obtener es elevada y podríamos orientar nuestro posicionamiento o accesibilidad a los datos que se obtengan.

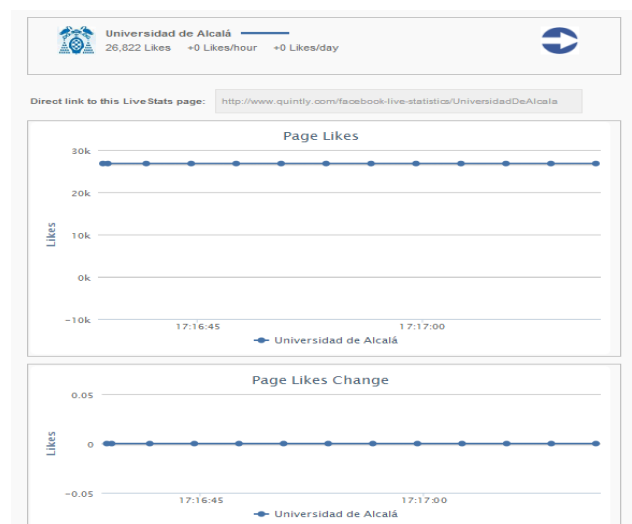
Analizador automático de redes sociales (Quintly)

El último analizador escogido para la realización de un análisis automático de redes sociales es Quintly.

En él se observa, que al igual que el anterior ofrece una versión de prueba donde hay que registrarse. Tras eso, nos podemos conectar a la red social que queremos analizar.

Entre los análisis que tenemos encontramos que si no se es el administrador no se puede hacer, para mostrar la capacidad de esta página vamos a ver 2 ejemplos y citaremos un tercer ejemplo en los que se puede ver la potencia de la herramienta para un análisis detallado de las redes sociales en la página a analizar.

- **Facebook live stats:** el número de likes actuales y los cambios efectuados recientemente.



- **Facebook Page Ranking:** comparar nuestra página con otras páginas de la misma categoría.

Page Category: Education								
Search								
Pos	Page	Likes	30days +/-	+/- %	People Talking	PTAT Rate (%)	+/- 30days	+/- %
1.	La Bioguia	4,574,596	+650,399	+16.6%	5,199,744	113.67	-1,677,722	-24.4%
2.	BPM	3,381,008	+126,822	+3.9%	110,098	3.26	+38,278	+53.3%
3.	LearnEnglish – British Council MENA	2,790,078	+149,889	+5.7%	43,275	1.55	+3,277	+8.2%
4.	Funny & Interesting Things	2,640,947	+171,245	+6.9%	511,762	19.38	-51,422	-11.2%
5.	Cambridge English	2,081,598	+58,673	+2.9%	20,265	0.97	+6,977	+52.5%
6.	Belajar Adab Adab Sunnah Rasulullah saw	1,719,850	+1,793	+0.1%	3,218	0.19	-2,046	-38.9%
7.	Wizard	1,458,205	+9,075	+0.6%	4,777	0.33	+2,509	+110.6%

- **Facebook Country Statistics:** Comparar la influencia de Facebook por países, este análisis no nos interesa para nuestro estudio pero puede ser relevante para empresas de turismo.

Conclusión

Las redes sociales es una fuente de información muy importante tanto para atraer a los usuarios como para que estos puedan opinar y comentar acerca de lo que les parece la página, de temas de conversación que salgan, de los comentarios acerca de un evento, de interactuar con otros usuarios.

Vamos a hacer un resumen de lo visto en las redes sociales de Twitter y Facebook de la universidad y a dar una opinión acerca de posibles mejoras en ellas. Esta opinión es más personal y podría variar según la persona que lo evalúe.

Problema	Solución
Pocos eventos y actividades	Se podría crear una serie de eventos semanales y mensuales para la atracción de los usuarios con algún tipo de premio significativo.
Información escasa	Aumentar la información que ofrecen las redes sociales para dar a conocer mejor la página web, se puede utilizar las palabras clave que utilizamos en la página web y palabras acordes a la red social en la que nos encontremos. Este es un punto importante a mejorar ya que tenemos que captar usuarios y lo mejor es ofrecer nuestra página lo mejor posible para que así al menos la visiten una vez y decidan ellos si es lo que buscaban o no.
Incremento continuo de seguidores y likes	No se debe de parar el crecimiento de seguidores y likes, con la solución al primer problema es posible que este se solucionará, sino habría que incorporar otros métodos para que nuestros usuarios ya comunes interactúen en nuestras redes sociales
Tweets y publicaciones con influencia	Utilizar la predicción de post para saber si tendrá influencia en la red social
Escasas redes sociales	Aunque cuenta con las más importantes creo que sería conveniente ampliar las redes sociales actuales con nuevas que surgieron hace unos años como redes sociales de fotografías.

Con respecto a este análisis no hay más que añadir ya que las redes sociales que tienen para ser una universidad es muy interactivo con el usuario y cuentan con bastantes seguidores comparándola con otras universidades.

Análisis de velocidad de tráfico

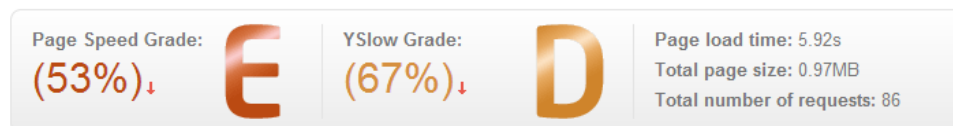
Para el análisis de velocidad de tráfico es necesario utilizar una herramienta automática ya que es mucha tarea hacerlo manualmente y los resultados no se podrían comparar con los de una herramienta.

Para ello usaremos las dos herramientas seleccionadas en donde observaremos que contenido es el más abundante y que cosas se podrían cambiar.

Analizador automático de velocidad de tráfico (GT Metrics)

Esta herramienta nos ofrece una comparación entre Page Speed y Yslow, las cuales son herramientas muy conocidas.

Summary



En este análisis se observa que el tiempo de descarga no llegó a 6 segundos, el número de peticiones fueron 86 y el tamaño de la página 1 MB aproximadamente. Estos datos pueden verse variados según el día en que se realice el análisis y el contenido en ese momento.

Observamos que la comparación de ambas herramientas es bastante desigual pero los porcentajes son muy inferiores. Vamos a profundizar en cada análisis para llegar a conocer porque ese porcentaje no llega al 100%.

Respecto al análisis de Page Speed vemos que lo que más falla es el servidor y las imágenes en donde nos sugiere que aumentemos el caché al cargar la página, especifiquemos dimensiones y combinemos imágenes usando CSS sprites. Sobre todo la optimización de las imágenes es lo que nos lleva a ese porcentaje bajo.

Page Speed	YSlow	Timeline	History		
RECOMMENDATION		GRADE		TYPE	PRIORITY
Leverage browser caching		F (1)	↓	Server	High
Combine images using CSS sprites		F (0)	↓	Images	Medium
Specify image dimensions		F (4)	↓	Images	High
Enable gzip compression		F (13)	↓	Server	High
Minify CSS		F (35)	↓	CSS	High
Optimize images		E (50)	↓	Images	High
Minify HTML		C (70)	↓	Content	High
Minify JavaScript		C (72)	↓	JS	High
Specify a Vary: Accept-Encoding header		B (85)	↑	Server	High
Prefer asynchronous resources		B (85)	↓	JS	Medium
Defer parsing of JavaScript		B (89)	↑	JS	High
Avoid landing page redirects		A (94)	↑	Server	High
Specify a character set early		A (95)	↑	Content	High

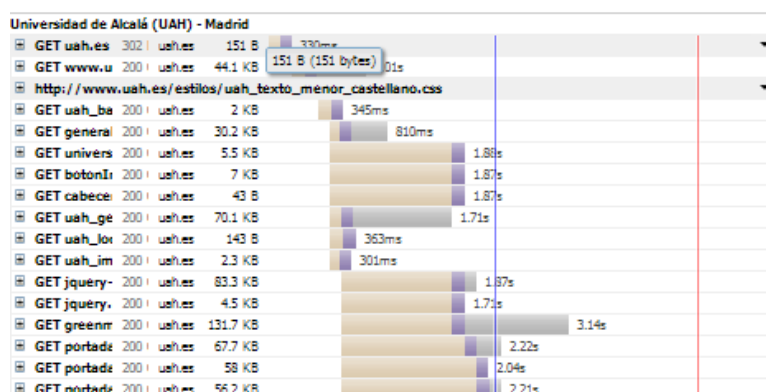
Hay otras recomendaciones que cumple al 100% como son las siguientes:

Avoid bad requests	A (100)	⬇	Content	High
Avoid a character set in the meta tag	A (100)	⬇	Content	High
Enable Keep-Alive	A (100)	⬇	Server	High
Inline small CSS	A (100)	⬆	CSS	High
Inline small JavaScript	A (100)	⬇	JS	High
Minimize redirects	A (100)	⬆	Content	High
Minimize request size	A (100)	⬇	Content	High
Optimize the order of styles and scripts	A (100)	⬆	CSS/JS	High
Put CSS in the document head	A (100)	⬇	CSS	High
Remove query strings from static resources	A (100)	⬆	Content	High
Serve resources from a consistent URL	A (100)	⬆	Content	High
Serve scaled Images	A (100)	⬆	Images	High
Specify a cache validator	A (100)	⬆	Server	High
Avoid CSS @import	A (100)	⬇	CSS	Medium

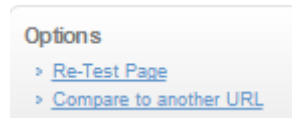
Con respecto a Yslow, hay muchas menos recomendaciones que no están al 100%, que son las que veremos a continuación, las demás ya citadas se encuentran completas. Estas recomendaciones se basan en añadir títulos que desaparezcan, usar los cookies, etc.

RECOMMENDATION	GRADE		TYPE	PRIORITY
Add Expires headers	F (0)	⬇	Server	High
Make fewer HTTP requests	F (0)	⬇	Content	High
Compress components with gzip	F (0)	⬇	Server	High
Use a Content Delivery Network (CDN)	F (0)	⬇	Server	Medium
Use cookie-free domains	F (0)	⬇	Cookie	Low
Configure entity tags (ETags)	F (0)	⬇	Server	Low
Minify JavaScript and CSS	B (80)	⬆	CSS/JS	Medium
Avoid URL redirects	A (90)	⬇	Content	Medium

Con respecto al Timeline solo añadir que hay una serie de peticiones y el tiempo de duración de cada uno.



Esta herramienta también nos ofrece el crear de nuevo el mismo análisis por si el contenido se ha modificado y compararla con otra URL



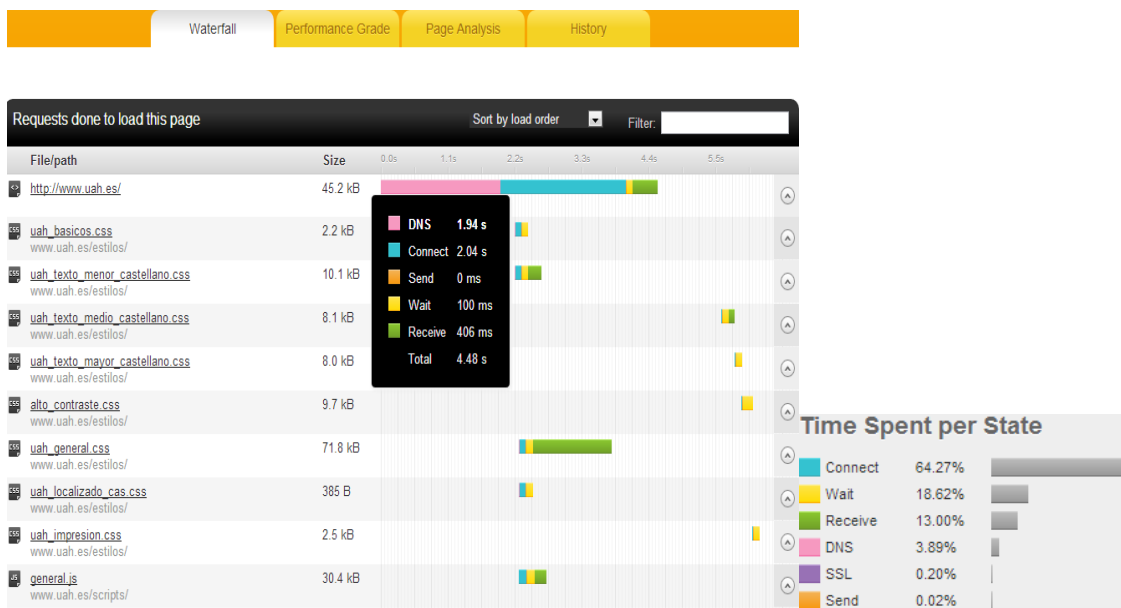
Analizador automático de velocidad de tráfico (Pingdom)

Con la herramienta Pingdom vamos a comprobar que algunos de los datos ya obtenidos con la anterior herramienta son los correctos y a fijarnos en algún detalle que veremos posteriormente.

Como en la anterior herramienta contamos con una información general de la página en donde se observa el tamaño de la misma, las peticiones que requiere la carga y su velocidad además de una pequeña puntuación del análisis.

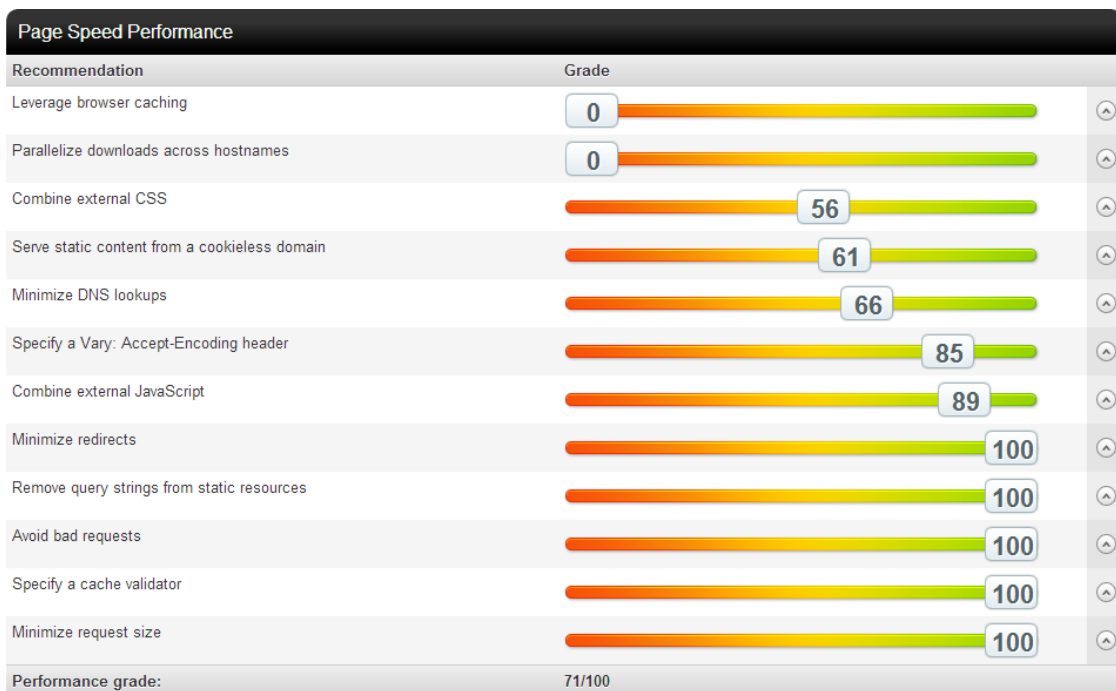


Observamos que se han modificado los datos con respecto a la anterior herramienta, pero sin variar considerablemente. Ahora veremos en qué cambio este criterio.



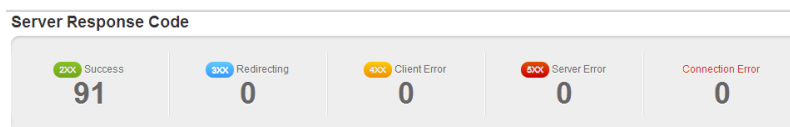
Observamos que sobre todo tarda la petición del DNS y la conexión.

Con respecto a la nota que vimos en la primera foto, estos son los resultados:

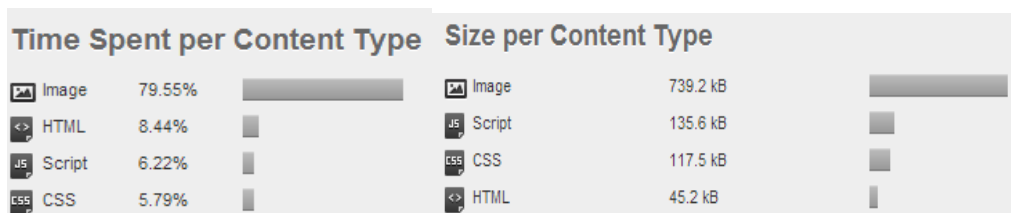


Tanto el caché en los navegadores como la descarga paralela es lo que minimiza el resultado, por lo demás son pequeños detalles que varían un poco la nota.

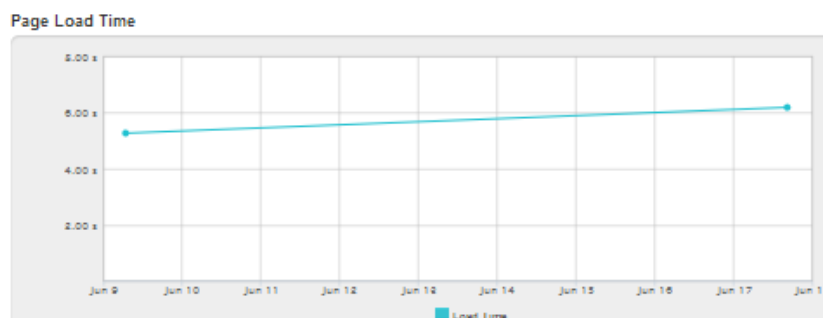
Las peticiones que realizamos son todas correctas sin ningún fallo.

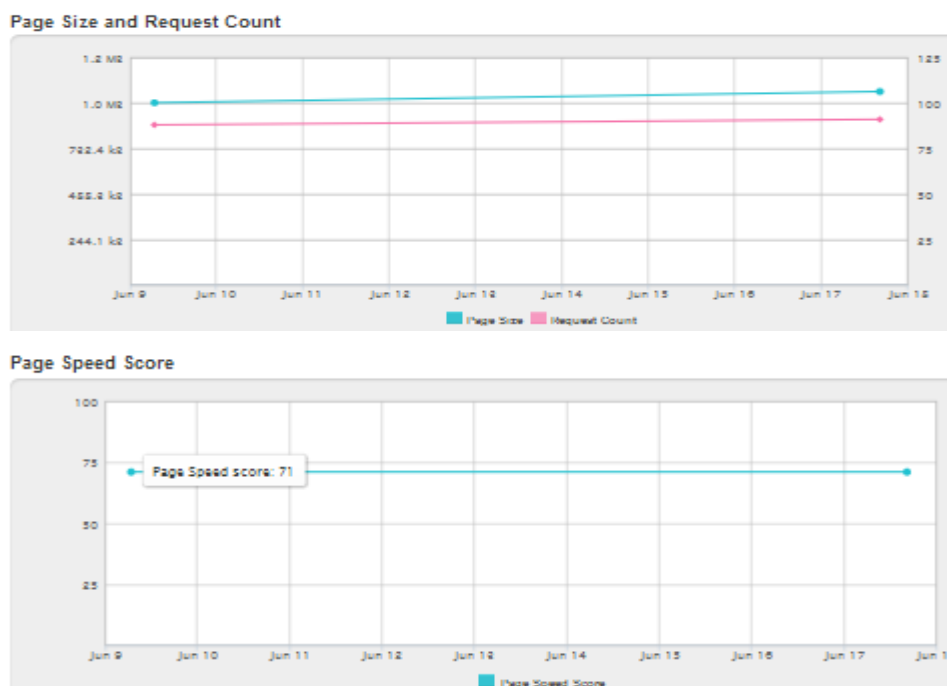


El tiempo de carga es sobre todo por las imágenes que tienen, ya que son las que ocupan casi todo el tamaño de la página como se ve en las siguientes imágenes.



Además de estas herramientas contamos con datos visuales que nos ayudan a ver si la página va mejorando a lo largo del tiempo.





Conclusión

Tras analizar de forma automática la velocidad de carga y el tráfico de la página de la universidad, observamos que tras analizar vemos que peticiones y qué tiempo tarda en cargar la página.

Problema	Solución
Almacenamiento en caché al cargar la página	Aumentemos el caché al cargar la página
Dimensiones irregulares en las imágenes	Especificar las dimensiones de las imágenes para unificar el estándar de la página y que todas las imágenes tengan el mismo tamaño. No es necesario que todas las de la página sean iguales sino que por ejemplo las imágenes de eventos tengan un tamaño.
No hay imágenes combinadas usando CSS sprites.	Es necesario utilizar imágenes combinadas en el CSS sprites.
Imágenes no optimizadas	Es necesario que contenga imágenes que necesiten poca carga y que sean óptimas.
Títulos sin añadir	Incorporar títulos en el contenido
No usa cookies	Utilizar las cookies para minimizar el tiempo de carga.
No cuenta con descargas paralelas	Utilizar un servidor que sea capaz de poder tener descargas paralelas.
Tamaño de las imágenes	Intentar reducir el tamaño de las imágenes.

Estas mejoras no van a hacer que la página se cargue en un seg ya que tiene que procesar toda la información y contenido además de tener una conexión con el DNS, pero ayuda a que reduzca milésimas de segundo que puede hacer que un usuario esté satisfecho o no.

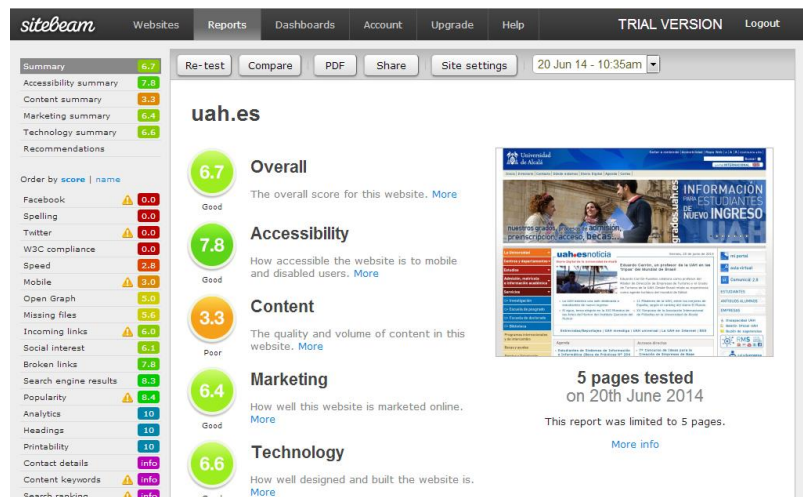
Otros Análisis

Para completar el trabajo ya realizado, vamos a incorporar tipos de analizadores diferentes que se podrían añadir al análisis para complementar otros o para ampliar la información.

Analizador automático general (Sitebeam)

Este analizador es más completo, cuenta tanto con análisis SEO como accesibilidad, redes sociales, cookies utilizadas, entre otras.

Vamos a empezar con el análisis general y luego os mostraré el análisis de cookies.




En el apartado “summary” tenemos que la media es un 6.7 donde observamos todas las puntuaciones en donde el contenido es la peor nota y la accesibilidad la mejor, coincidiendo estos resultados con ambos análisis realizados individualmente. Los puntos a mejorar son los indicados en rojo en la siguiente fotografía, detallaré más posteriormente.


Key points

- Open Graph is not used**
Making this website less likely to be shared on social networks.
- Quite slow to load**
Slow pages put off users and lower search engine rankings.
- A file is missing**
Suggests a technical problem, and may slow down the website.
- Not W3C compliant**
Compliant pages are generally more accessible and compatible with more browsers.
- One link appears broken**
Broken links suggest a technical problem.
- Increasing in popularity**
Over the past 3 months.
- Well linked to**
Sites with more incoming links rank higher in search engines.
- Shared socially**
Facebook and Twitter can contribute to traffic and brand awareness.
- Search facility**
Search is important to help users find content in larger websites.
- Quite popular**
Compared to other websites.
- Analytics is used**
Analytics allow for detailed analysis of visitor behaviour.

Con respecto a accesibilidad los puntos a mejorar son: mejora en el W3C como ya hemos visto hay algunos puntos que no lo cumple detalladamente como dice el estándar y la mejora en los enlaces rotos como vimos en el apartado de enlaces.

Key points

- 

Not W3C compliant
Compliant pages are generally more accessible and compatible with more browsers.
- 

One link appears broken
Broken links compromise user experience.

En la pestaña de detalles viene más explicación como se observa en la fotografía:

Key points

Detail

Derived from

How this Summary Score is calculated. The final score is derived from a weighted mix of all of these individual scores, minus any penalties listed. [Learn more.](#)

Export

Score	Test	Penalty	Weight
0.0	W3C compliance	None	1
2.8	Speed	None	0.8
7.8	Broken links	None	1
8.3	Search engine results	None	0.5
9.0	URL format	None	0.9
10	Alternative text	None	2
10	Headings	None	1
10	Redirections	None	0.75
10	Stylesheets	None	1

Con respecto al contenido vemos que las palabras utilizadas no son las correctas, en el apartado de detalles observamos esa apreciación:

Key points

Detail

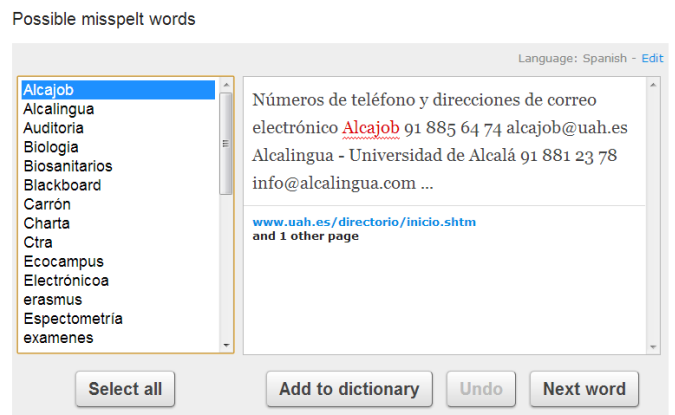
Derived from

How this Summary Score is calculated. The final score is derived from a weighted mix of all of these individual scores, minus any penalties listed. [Learn more.](#)

Export

Score	Test	Penalty	Weight
0.0	Spelling	None	1.5
8.3	Search engine results	None	1





Pulsando sobre “spelling” podemos detallar todo lo que está o puede estar mal:



En este caso es la utilización inadecuada o mal escrita de las palabras de la página.

Con respecto al marketing el análisis no captó las redes sociales por lo que la puntuación disminuyó considerablemente.






Key points

-  **Not on Twitter**
Or no Twitter account could be found linked from this website.
-  **Not on Facebook**
Or no Facebook page could be found linked from this website.
-  **Open Graph is not used**
Making this website less likely to be shared on social networks.
-  **Quite slow to load**
Slow pages put off users and lower search engine rankings.

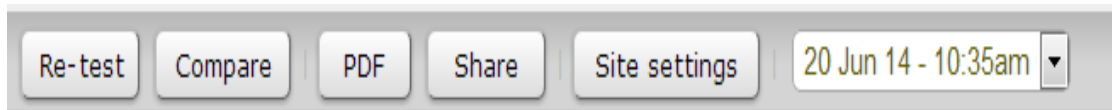
Tanto Twitter como Facebook ya existen luego eso son dos puntos que ya no se necesitaría para mejorar la página, la única mejora que ya observamos en análisis anteriores es la ampliación a otras redes sociales y la carga rápida de la página.

Y en el apartado tecnologías es prácticamente los mismo fallos ya vistos:

Key points

-  **Open Graph is not used**
Making this website less likely to be shared on social networks.
-  **Not W3C compliant**
Compliant pages are generally more accessible and compatible with more browsers.
-  **Quite slow to load**
Slow pages put off users and lower search engine rankings.
-  **A file is missing**
Suggests a technical problem, and may slow down the website.
-  **One link appears broken**
Broken links suggest a technical problem.

Además de poder ver los detalles de cada uno de los apartados del análisis, la herramienta cuenta con más funcionalidades como volver a realizar el test, compararlo con otro, pasarlo a PDF y compartirlo.



Además podemos contar con otra serie de información general como es los fallos generales de la página y los detalles del contenido.

Order by score name		
Facebook		0.0
Spelling		0.0
Twitter		0.0
W3C compliance		0.0
Speed		2.8
Mobile		3.0
Open Graph		5.0
Missing files		5.6
Incoming links		6.0
Social interest		6.1
Broken links		7.8
Search engine results		8.3
Popularity		8.4
Analytics		10
Headings		10
Printability		10
Contact details		info
Content keywords		info
Search ranking		info

Como observamos tanto Facebook como Twitter ya están implementadas por lo que esa modificación ya no se tendría que realizar, solamente lo ya citado anteriormente como es: modificar posibles fallos al escribir una palabra, que se ajuste más al W3C sin ningún tipo de error, la velocidad de carga de la página, que se ajuste más a los móviles para que cualquiera tenga acceso desde cualquier sitio, mejorar la gráfica y diseño de la página, arreglar los links rotos o posibles PDF en desuso, que se referencien más links a nuestra página o que la gente interactúe más en sus redes sociales, y aunque en esta fotografía no lo comenta, los keywords deberían ajustarse más a lo que el usuario pide reduciendo el número de ellos e impidiendo que los buscadores pongan a la página en mala posición.

En caso de seleccionar el test de cookies nos saldrá lo siguiente:

Re-test
Compare
PDF
Share
Site settings
20 Jun 14 - 11:09am

uah.es

0.0

Cookie law

Very poor

Help

This site uses tracking cookies or equivalent technologies without asking for consent first, which almost certainly makes it in violation of the latest EU ePrivacy laws.

This only applies to organisations who trade with the EU. If you are concerned about the law you should review the information below.

Recommendations

- Consider defining a privacy policy or using a cookie law solution.
- Consider removing **Twitter** features, or replacing them with static links, or asking visitors for permission to show these features.
- Consider removing **Google Analytics**, or wrapping the existing analytics in a layer which asks visitors for permission to set cookies. Your analytics vendor may also offer a solution.

[Show 1 more](#)

Summary
Solutions
Domains
Pages
Detail
Policy

This site does not appear to be compliant with the Cookie Law

Cookies were set by the website and no recognised cookie solution was found. You should check the website manually to see if it clearly informs users about the cookies that are set.

Como se observa la página de la universidad no cuenta con cookies legales, usa “tracking cookies” o cookies que se utilizan para investigar los hábitos de navegación de los usuarios.

Dando a la pestaña soluciones vemos que no consigue dar la solución ya que no cuenta con lo esencial la página.

-	Page	Solution	Version	Can test?*	Uses cookies?
✖	www.uah.es/	No recognised solution	-	N/A	Cookies used
✖	www.uah.es/otros/acc...	No recognised solution	-	N/A	Cookies used
✖	www.uah.es/mapa_we...	No recognised solution	-	N/A	Cookies used
✖	www.uah.es/directorio...	No recognised solution	-	N/A	Cookies used
✖	www.uah.es/contacto/...	No recognised solution	-	N/A	Cookies used

Para una solución manual debemos seguir y buscar la solución al siguiente problema:

Draft cookie policy

This is a draft cookie policy you could consider for this site.
You should complete any sections highlighted in yellow manually.

Cookies are small text files that are placed on your computer by websites that you visit. They are widely used in order to make websites work, or work more efficiently, as well as to provide information to the owners of the site.

This website uses the following cookies:

Item	Purpose	More information
Twitter	Features for sharing via Twitter, and viewing tweets by other people.	Twitter Privacy Policy
Google Analytics	Collect information about how visitors use our site. We use the information to compile reports and to help us improve the site. The cookies collect information in an anonymous form, including the number of visitors to the site, where visitors have come to the site from and the pages they visited.	Google Analytics Privacy Policy . You can choose to opt out of Google Analytics .
ASPSESSIONIDSCSQAQTT	This cookie isn't recognised and probably performs a custom function for this website.	

Most web browsers allow some control of most cookies through the browser settings. To find out more about cookies, including how to see what cookies have been set and how to manage and delete them, visit www.allaboutcookies.org.

En donde un cookie no es reconocido y por lo tanto debe de intentar o no utilizarlo o modificarlo por un cookie adaptado al reconocimiento estándar.

Este análisis también cuenta con el submenú para poder pasarlo a PDF, compararlo, compartirlo o volver a realizar el análisis.



Conclusiones

Como habeis visto en cada análisis he realizado un pequeño subapartado en donde incorporaba las conclusiones que sacaba de ese análisis, en estas conclusiones finales, voy a hacer un pequeño resumen de los objetivos que tenía y de si se han cumplido al acabar el trabajo.

Con respecto a la accesibilidad, si pudiésemos mejorar lo citado anteriormente, conseguiríamos sobre todo la capacidad de acceder a través de cualquier dispositivo móvil ya que como vimos el diseño del móvil no es el más correcto y no se dan muchas facilidades a la hora de interactuar con él. También serviría para cumplir perfectamente las normativas y seguir las pautas del WCAG 2.0.

Si minimizamos el banner de la página principal aumentaríamos el campo significativo de visión del usuario, pudiendo hacer que se fijara en datos más importante de la página provocando así, más aceleración a la hora de encontrar el contenido. También cambiaría el formato de la búsqueda ya que el usuario se puede sentir frenado al encontrarse con otro formato cuando intenta buscar algo.

Eliminaría los enlaces que no estuvieran usándose o aquellos que se tenga desactualizados los revisaría, para provocar que el contenido sea más fiable y por consiguiente el usuario se sintiera más cómodo.

Para mejorar el posicionamiento me centraría en las palabras clave, la universidad cuenta con demasiadas y muchas con poca influencia para ello, usaría las distintas herramientas que nos permiten ver que influencia tiene la palabra con el contenido de la página y si esa es la palabra que el usuario buscaría. Esto ayudaría a que los motores de búsqueda se centraran más en esas palabras y así se posicionase mejor la página.

Para las redes sociales, añadiría alguna más como pinterest para la influencia de imágenes y me centraría en las dos que ya tiene importantes como es Facebook y Twitter. Usaría los tableros y muros de estas para atraer a gente y que cada vez los seguidores y likes de las páginas aumentaran de forma progresiva. Hacer algún tipo de foro de opinión como tiene Facebook para intentar captar información que ayudara a la hora de mejorar la página.

Y por último, en cuanto a la velocidad a la hora de cargar el contenido minimizaría la carga en las imágenes y utilizaría una página principal menos cargante para que el usuario visualice la página antes. Este punto no es tan grave, ya que casi todo el tiempo se pierde con la búsqueda del DNS, y solo disminuiríamos milésimas de segundo.

Con todo ello, observamos que una página no tiene fin, solo es el comienzo de un proceso. Si nos paramos en que ya tengo la mejor página estaremos diciendo: “Quiero que mi página cada vez tenga menos usuarios”. Las páginas tienen que actualizarse continuamente y no solo con los analizadores que tenemos en este trabajo sino con los miles que hay en Internet y con aquellos que quedan por descubrir.

Considero que el objetivo del trabajo está terminado, con este trabajo nos guiaríamos para poder analizar cualquier página.

Manual de usuario para la herramienta

Para facilitar a otras personas la utilización de estas herramientas para el análisis de su página, he incluido un manual de todas las herramientas que he utilizado.

Manual de usuario para la herramienta TAW

Esta herramienta es muy sencilla, solamente tienes que tener claro qué página web vas a analizar, y meterte a la página <http://www.tawdis.net> y seguir los pasos que nos indican.

The screenshot shows the TAWdis web accessibility analysis tool interface. At the top, there are tabs for 'WCAG 1.0', 'WCAG 2.0 beta', and 'mobileOK beta'. The main title is 'Analizador WCAG 2.0'. Below this, there is a section 'Documento a analizar' with a text input field containing 'http://'. To the right of the input field, it says 'Nivel AA - Tecnologías: HTML, CSS'. Below the input field is a button labeled 'analizar'. At the bottom, there is a note: 'El analizador WCAG 2.0 está en versión BETA pública, sobre la que iremos implementando mejoras durante las próximas semanas. Para cualquier recomendación o propuesta que nos quieran realizar [contáctenos](#)'.

Decidimos que normativa queremos analizar tanto para móviles o con la normativa WCAG e introducimos la URL de la página que queremos analizar, posteriormente le damos al botón analizar para obtener la información.

The screenshot shows the TAWdis results page. At the top, there is a navigation bar with tabs: 'Resumen', 'Vista Marcada', 'Detalle', and 'Listado'. The main title is 'Resumen de resultados'. Below this, there is a section 'Información del análisis' with the following details: 'Recurso: http://www.uah.es', 'Fecha: 30/05/2014 13:01', 'Pautas WCAG 2.0', 'Nivel del análisis: AA', and 'Tecnologías: HTML, CSS'. To the right of this section is a preview of the analyzed page, which is the University of Alcalá website. Below the preview, there are three sections: '3 Problemas' (3 problems), '94 Advertencias' (94 warnings), and '16 No verificados' (16 not verified). Each section has a list of specific issues and a corresponding icon (a red X for problems, a yellow exclamation mark for warnings, and a blue question mark for not verified).

Como se observa, los datos varían según la información que se tiene actualmente en la página en este caso al cambiar el contenido central que es dinámico reducimos los problemas actuales de la página.

Es importante si se tiene una página propia o se va a hacer un análisis de la página observar varios días por si algún problema es grave, o son problemas surgidos por la información dinámica de la misma.

Como observamos en este pantallazo, además de la información general tenemos la opción de ver un informe detallado de las zonas concretas de los errores, algo muy intuitivo y fácil para un usuario no experto, además contamos con un listado que ha analizado la herramienta y el acceso a la W3C para comprobar el fallo que se ha obtenido y poder corregirlo.

Manual de usuario para la herramienta walidator

Entramos a la página <http://walidator.net/uwem/index.es.php>, y en la parte superior encontramos el analizador, introduciendo la página a analizar podemos realizar un análisis manual o automático y revisar la información general de la misma

The screenshot shows the 'Evalue su página' (Evaluate your page) section of the Walidator tool. It features a text input field for the URL, which contains 'http://', and a red 'Revisar' (Review) button. Below this is the 'Información de la página' (Page information) section, which includes a small preview of the website 'http://www.uah.es/' and two buttons: 'Evaluación manual' (Manual evaluation) and 'Evaluación automática' (Automatic evaluation). At the bottom, there is a 'Resumen' (Summary) section with a table of general page information.

General	
URI:	http://www.uah.es/
Título:	Universidad de Alcalá (UAH) - Madrid
Tipo de documento:	XHTML 1.0 Strict
Codificación:	iso-8859-1
Idioma:	es-ES
Tamaño:	45 k (46060 bytes)
Elementos:	463
Texto:	524 palabras (aprox.)
Fecha:	30/05/2014 - 11:12 GMT

En ambos casos con pulsar el botón ya obtendríamos información para aplicar a la página, en el caso de evaluación manual podemos obtener más información en cada fallo o error de la página.

Manual de usuario para la herramienta Hera

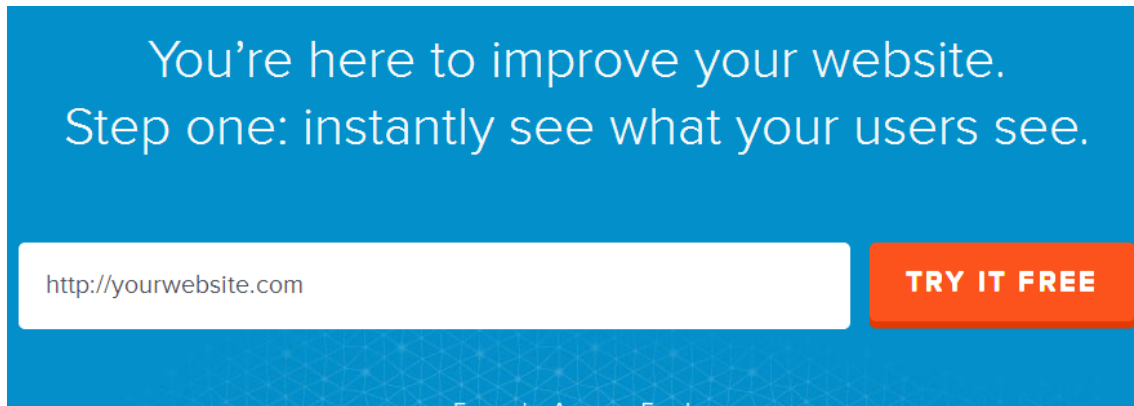
Entramos en la página <http://www.sidar.org/hera/index.php.es> y ponemos la URL en la parte superior como se muestra en la siguiente imagen:

The screenshot shows the 'HERA 2.1 Beta' interface. It has a blue header with the text 'Revisando la Accesibilidad con Estilo.' (Reviewing Accessibility with Style). Below this is a text input field for the page URL, which contains 'http://', and a 'Revisar' (Review) button. At the bottom, there is a red text message: 'El análisis de páginas complejas puede tomar varios segundos. Sea paciente.' (The analysis of complex pages may take several seconds. Be patient.)

Tras ese paso, nos saldrá una información del análisis obtenido, en donde pulsando en las pautas de la parte inferior se podrá observar de forma detallada cada uno de los problemas con la información suficiente para mejorar la página.

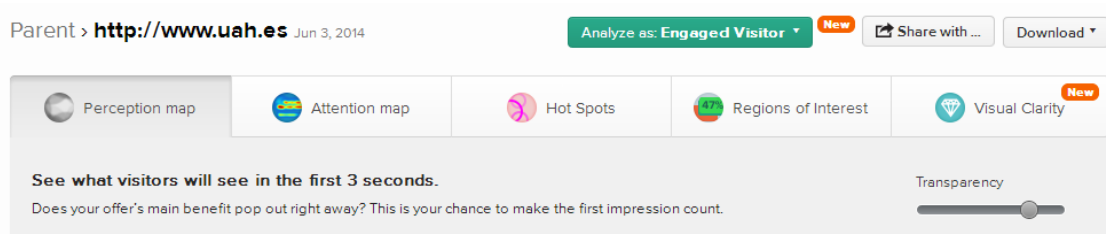
Manual de usuario para la herramienta Eye Quant

Entramos en la <http://www.eyequant.com> y ponemos la URL en la parte superior como se muestra en la siguiente imagen:



Se rellenan los datos para subscribirse a la página

Y nos sale el análisis de cada parte que se muestra en la siguiente imagen:



En él, podemos observar las zonas donde la gente se suele fijar más las zonas claves para poner información valiosa de nuestra página y analizar una zona específica de nuestra página para saber qué valor de importancia tiene.

Manual de usuario para la herramienta Link Valet

Entramos a su página principal <http://valet.webthing.com/link/> e indicamos la URL que queremos analizar con el filtro que queramos añadir.



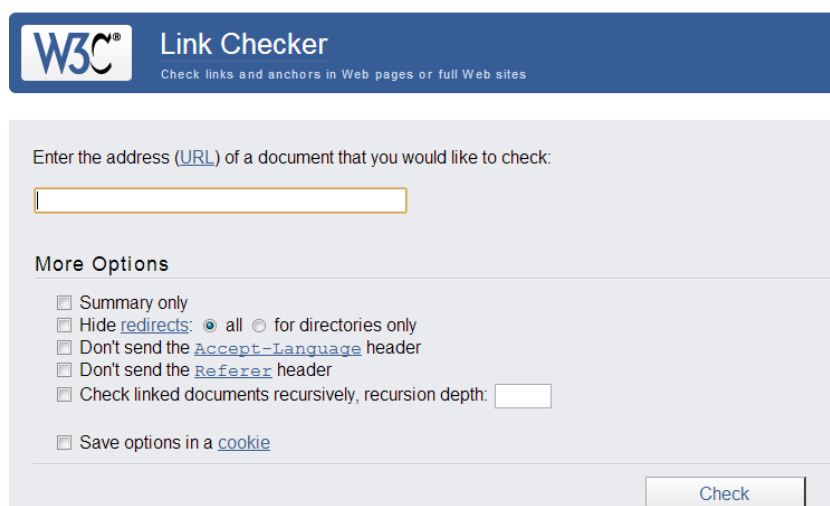
Después saldrá una serie de enlaces y una referencia de si está bien o es erróneo

Page Universidad de Alcalá - Comunica 2.0	
http://www.uah.es/grafica/comunes/ic_cervantes.gif	200 OK GIF Image Last Modified Mon, 04 May 2009 11:45:23 GMT
http://www.uah.es/otros/google.asp	HTML Form Action (not submitted)
https://portal.uah.es/portal/page/portal/comunica/conectar	200 OK HTML document
http://www.uah.es/servicios/servicios_ayudas_prestaciones/archivoUniversitario/quejas.shtm	404 Not Found
http://www.uah.es/grafica/comunes/goethe_pie.png	200 OK PNG Image Last Modified Mon, 11 Jul 2011 08:58:01 GMT
http://www.uah.es/estilos/uah_basicos.css	200 OK CSS Stylesheet Last Modified Wed, 21 Mar 2012 08:49:43 GMT
http://www.uah.es/grafica/comunes/botonInternacional_claro.jpg	200 OK JPEG Image Last Modified Wed, 15 Jan 2014 10:21:59 GMT
	OK GIF Image

Para más información acerca de que nos quiere decir cada número se debe de consultar los códigos de estado de Http. <https://support.google.com/webmasters/answer/40132?hl=es>

Manual de usuario para la herramienta W3C Link Checker

Entramos a la página principal del validador de Link de W3C <http://validator.w3.org/checklink> y añadimos la URL y alguna característica más si queremos un análisis más específico. Después le damos al botón Check.



Tras esperar unos minutos, el análisis finaliza y muestra todos los resultados y errores, los cuales posteriormente son especificados

```
Status: Done. Document processed in 200.91 seconds.

Checking link http://www.uah.es/grafica/comunes/portada.txt
HEAD http://www.uah.es/grafica/comunes/portada.txt fetched in 1.27 seconds

Checking link http://www.uah.es/biblioteca/
HEAD http://www.uah.es/biblioteca/ fetched in 1.24 seconds

Checking link http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/APTIS.shtm
HEAD http://www.uah.es/acceso_informacion_academica/APTIS.shtm fetched in 1.15 seconds

Checking link http://www.uah.es/estilos/uah_localizado_cas.css
HEAD http://www.uah.es/estilos/uah_localizado_cas.css fetched in 1.14 seconds
```

Results

List of broken links and other issues

There are issues with the URLs listed below. The table summarizes the issues and suggested actions by HTTP response status code.

Code	Occurrences	What to do
403	2	The link is forbidden! This needs fixing. Usual suspects: a missing index.html or Overview.html, or a missing ACL.
404	50	The link is broken. Double-check that you have not made any typo, or mistake in copy-pasting. If the link points to a resource that no longer exists, you may want to remove or fix the link.

Manual de usuario para la herramienta Xenu

Para la instalación y posterior utilización de esta herramienta, debemos meternos a esta página <http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html> y bajar hasta que encontremos lo siguiente

System requirements: Microsoft Windows 95/98/ME/NT/2000/XP/Vista/7, WININET.DLL required (included with Internet Explorer). No, it won't work on Windows 3.1 /ava, MacOS, Linux, Knoppix, Ubuntu, Beos, Palm, C64, SAP, AmigaOS, Blackberry, Symbian, iPhone or Android version. Don't even ask! (However I have been told t 3, Ubuntu and OS X via [wine](#) or [WineBotler](#), and under [Crossover](#) on a Mac :-))

To have peace of mind, I recommend that you are using an up-to-date anti-virus software on your computer (so do I!).

Ok, I have read all that, I want to [download!](#) (current version: 1.3.8 from September 4th, 2010)

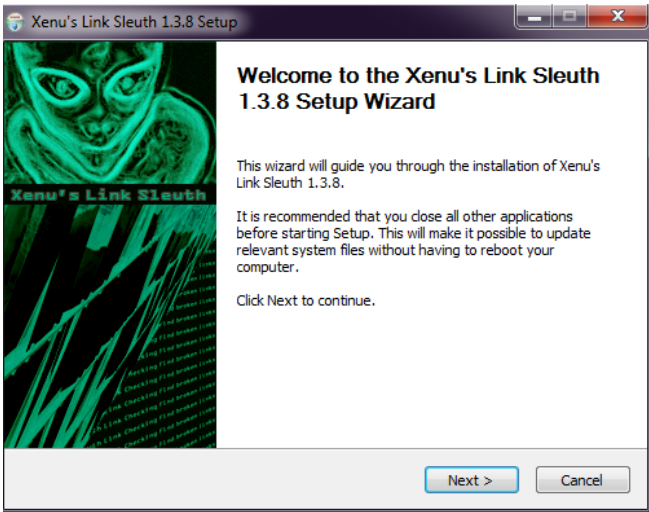
Getting started:

Unzip it and install it wherever you want. To check a site, click the toolbar icon on the left and enter a WWW address. If the address finishes with a directory name, don't forget to put a / at the end or you will possibly get the whole parent directory spidered.

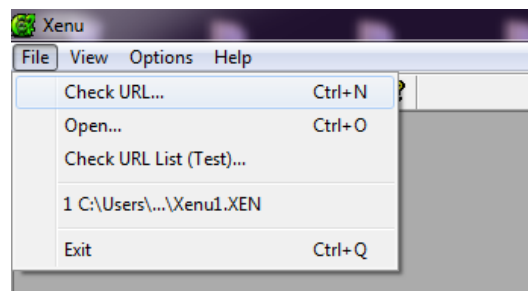
Incorrect:
`http://www.host.com/user`

Correct:
`http://www.host.com/user/`

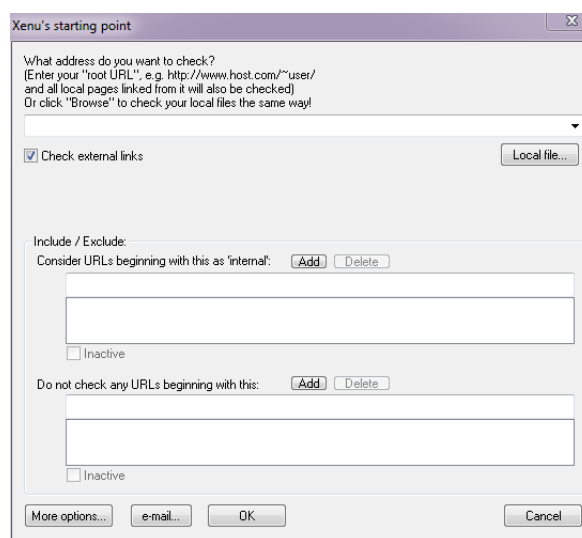
Dándole al enlace “download” se nos bajará un zip, descomprimiendo el archivo nos saldrá un instalador.



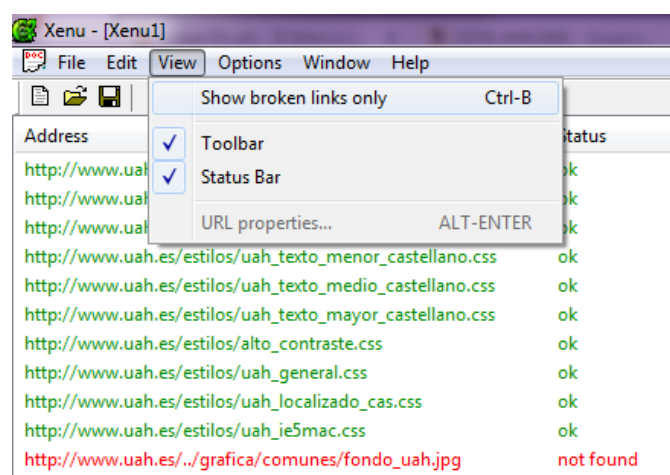
Dando a todas las funciones por defecto y aceptando el acuerdo de la licencia, lo tendremos instalado en nuestro ordenador. Tras finalizar nos sale un mensaje de si queremos ejecutar el programa, le damos a que sí y entraríamos a su página principal.



Le damos a “file” “Check URL” e incorporamos la URL que queremos analizar



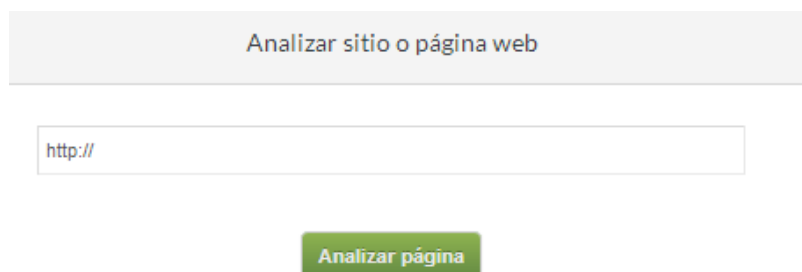
Con eso ya tendríamos todos los archivos utilizados en la página de la universidad, pero podemos solo mostrar aquellos que están dañados o no funcionan de la siguiente forma:



“View” – “Show broken links only” y nos dejara solamente aquellos enlaces en rojo que no se han encontrado o que no funcionan.

Manual de usuario para la herramienta SEO gratis

Entramos a la página principal <http://seogratias.org>, e incorporamos la URL que queremos analizar.

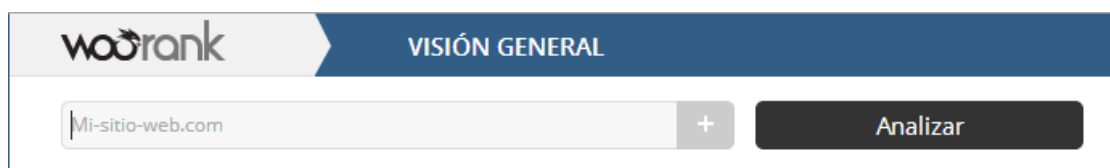


The screenshot shows a web interface for analyzing a website. At the top, there is a light gray button labeled "Analizar sitio o página web". Below it is a text input field containing "http://". At the bottom, there is a green button labeled "Analizar página".

Después nos saldrá toda la información relativa a ella con los consejos que nos ofrece la página para mejorarla.

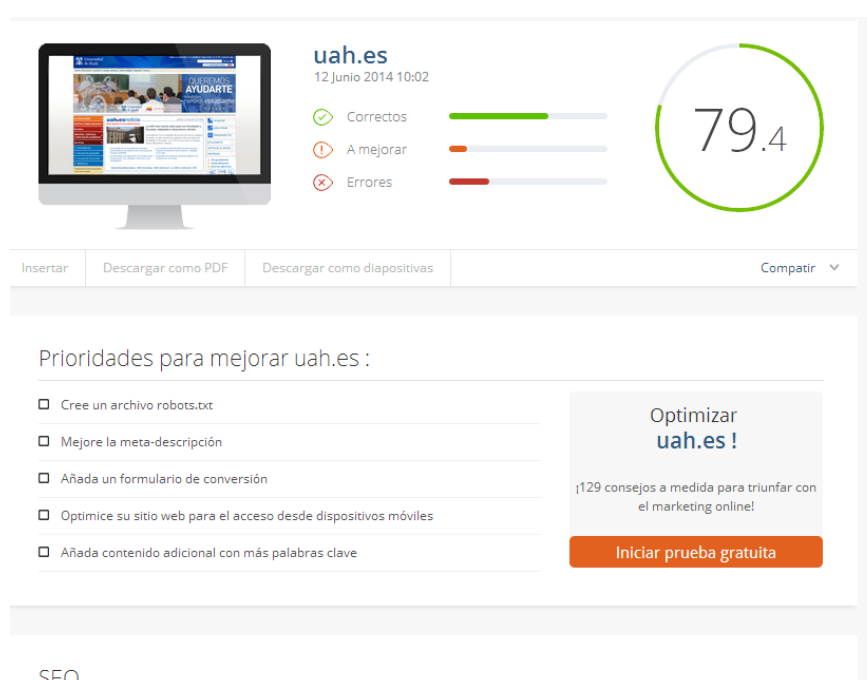
Manual de usuario para la herramienta Woorank

Para el análisis de esta herramienta solo se necesita entrar a la página principal de Woorank <http://www.woorank.com/es/user/overview> e incorporar la URL a analizar, si se quiere realizar varios análisis se tendría que contratar una versión de pago.



The screenshot shows the Woorank interface. At the top, there is a logo for "woorank" and a blue header bar labeled "VISIÓN GENERAL". Below the header, there is a text input field containing "Mi-sitio-web.com" and a gray button with a "+" sign. To the right of the input field is a dark gray button labeled "Analizar".

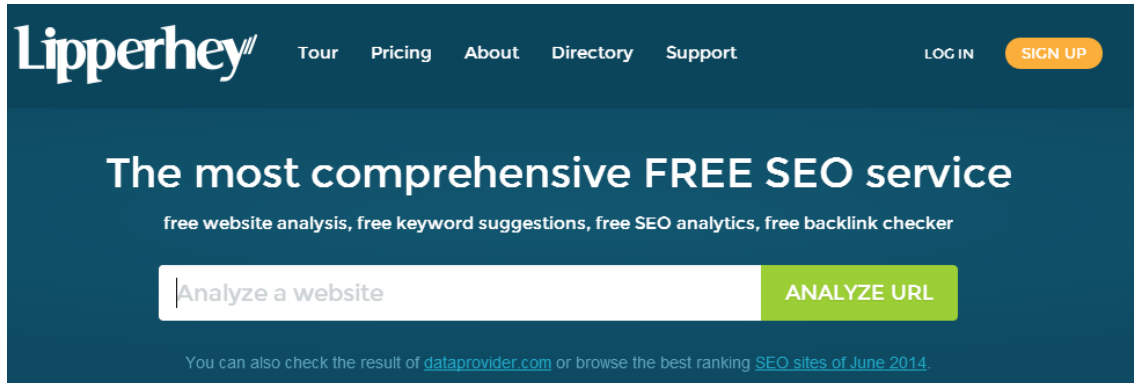
Tras darle a analizar, nos encontraremos con todo el informe de análisis de la página, en donde se mostrará primero un análisis general en forma de gráfico de lo que está correcto y erróneo, de las prioridades a mejorar y posteriormente el informe más detallado.



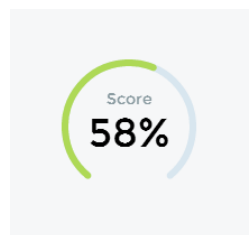
SEO

Manual de usuario para la herramienta Lipperhey

Para este análisis entramos a la URL <https://www.lipperhey.com/en/> e incorporar la página a analizar donde se muestra a continuación y dar al botón “analyze URL”.



Tras eso, entraremos en un análisis gráfico de la página en cuestión en donde nos mostrará un porcentaje de cosas que están correctas respecto a aquellas que deben de mejorarse y corregirse.



El análisis que ofrece la página se basa en los siguientes puntos y todos son explicados detalladamente para cualquier usuario que realice el análisis.

Navigation

Visitors

Indexability

Hosting

Design

On-Page SEO

Manual de usuario para la herramienta Simply Measured

Entramos en su página principal <http://simplymeasured.com> y damos a “start a free trial” si queremos usar su versión gratuita.



Después tendremos que rellenar todos los datos que se muestran a continuación para proseguir haciendo click en “Request free trial”

A registration form with two columns. The left column contains fields for: First Name, Last Name, Work Email, Phone Number, and Company Name. The right column contains fields for: Company Website, Job Title, a dropdown menu for "I'm interested in Simply Measured for:" (currently showing "Please Select"), and another dropdown menu for "How large is your social audience?" (currently showing "Please Select"). At the bottom right of the form is an orange button labeled "Request Free Trial".

Tras completar el registro le enviarán un correo para que puedas iniciar la prueba dando a “Run a free report now >>”



Hello adrian,

Thank you for requesting a trial of our social media analytics suite. Based on your needs, we feel that you'd be a great fit for our collection of [free reports](#).

Our free reports allow you to analyze your brand (and your competitors) on Twitter, Facebook, YouTube, Google+, and Instagram. Tumblr, and LinkedIn. Pinterest is coming soon!

[Run a free report now >>](#)

If the free reports do not provide you with everything that you're looking for, take a look at our [enterprise-level solutions](#), and respond to this email with a short description of your specific needs.

Cheers,

The Simply Measured Team

Tras realizar eso, ya podrás realizar su análisis de prueba como se mostró en el apartado de la herramienta correspondiente.

Manual de usuario para la herramienta True Social Metrics

Entramos a su página principal <http://www.truesocialmetrics.com/> y le hacemos click a comenzar los 14 días de prueba gratis, marcado en verde en la siguiente imagen:

Calcule el RSI del marketing en las redes sociales

Calcule y mejore el impacto económico que el marketing en las redes sociales tiene sobre su negocio.

Comience 14 días de prueba gratis

Acceso inmediato. No se requiere tarjeta de crédito.

Rellenamos los datos correspondientes y confirmamos el correo a través del enlace que nos mandan a nuestro correo como se muestra a continuación:

Please Confirm Your Email Address

Click on the confirmation link below or copy/paste it into the browser to activate your account.

Verify My Email

Tras eso, solamente falta iniciar sesión con los datos que tuvimos que rellenar.

Iniciar Sesión

Email

sample@email.com

Contraseña

Iniciar Sesión

Cancelar

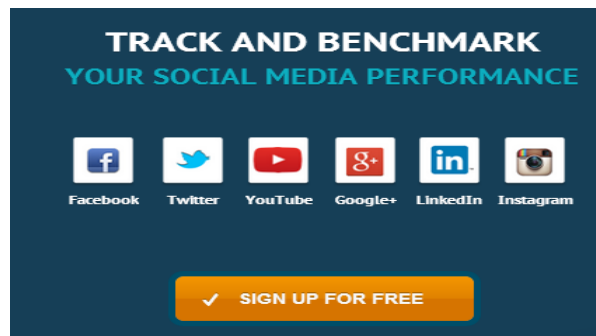
¿No tienes una cuenta? [Regístrate](#)

No recuerda su contraseña? [Recuperar Contraseña](#)

Ya podrás realizar su análisis de prueba como se mostró en el apartado de la herramienta correspondiente.

Manual de usuario para la herramienta Quintly

Entramos al sitio web <http://www.quintly.com> y le damos a “Sign up for free”.



Elegimos que tarifa queremos, los primeros días es gratuita.

	FREE	S	M	L	XL
Number Profiles	3	7	20	45	Custom
Choose Your Plan	Free	\$69 / month	\$199 / month	\$399 / month	Custom
Number Of Dashboards	1	3	6	10	Custom
Number Of Groups	1	3	10	25	Custom
Number Of Users	1	1	2	5	Custom
Facebook Analytics	✓	✓	✓	✓	✓
Twitter Analytics	✗	✓	✓	✓	✓
YouTube Analytics	✗	✓	✓	✓	✓
Google+ Analytics	✗	✓	✓	✓	✓
LinkedIn Analytics	✗	✓	✓	✓	✓
Instagram Analytics	✗	✓	✓	✓	✓
Analysis Period	Last 30 Days	Last 3 Months	Last 6 Months	Unlimited	Unlimited
Support	✗	Email	Email	Email & Phone	Email & Phone
Facebook Insights	✗	✓	✓	✓	✓
CSV & Excel Exports	✗	✗	✗	✓	✓
White-Labeling	✗	✗	✗	✗	✓
	Sign Up	Free Trial	Free Trial	Free Trial	Contact Us

Rellenamos todos los datos siguientes y nos registramos.

First name: *

Last name: *

E-Mail: *

Confirm E-Mail: *

Password: *

Confirm password: *

Company:

Phone:

☐ * I accept the [Terms and Conditions](#).

☐ * I accept the [Privacy Statement](#).

→ Sign up now!

Confirmamos el correo que hemos incorporado.

Welcome to quintly

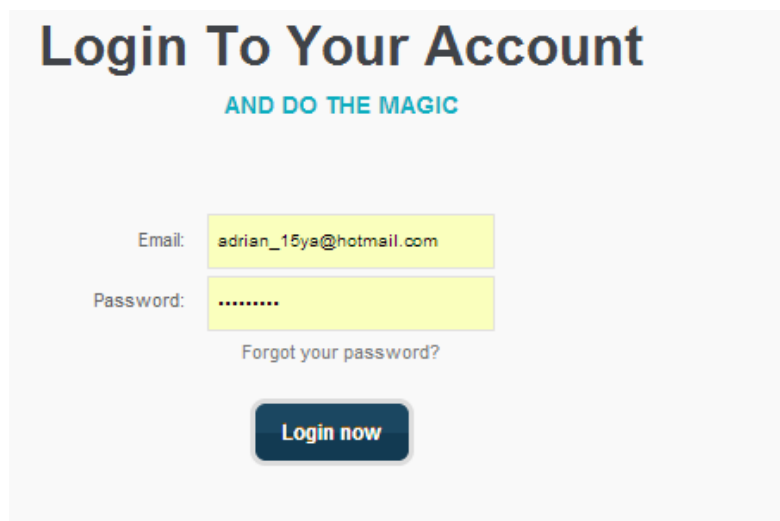
Hi Adrian

In order to activate your quintly account, we need to confirm your email address. Fortunately, it's easy! **Just click on the link below to proceed.**

<https://www.quintly.com/activate-client/clientId/47639/hash/3eef7fb2398e92b934ce516e16a1daea/type/12>

Best regards,
Your quintly team

Nos logeamos con los datos que hemos introducido en el apartado anterior.



Login To Your Account
AND DO THE MAGIC

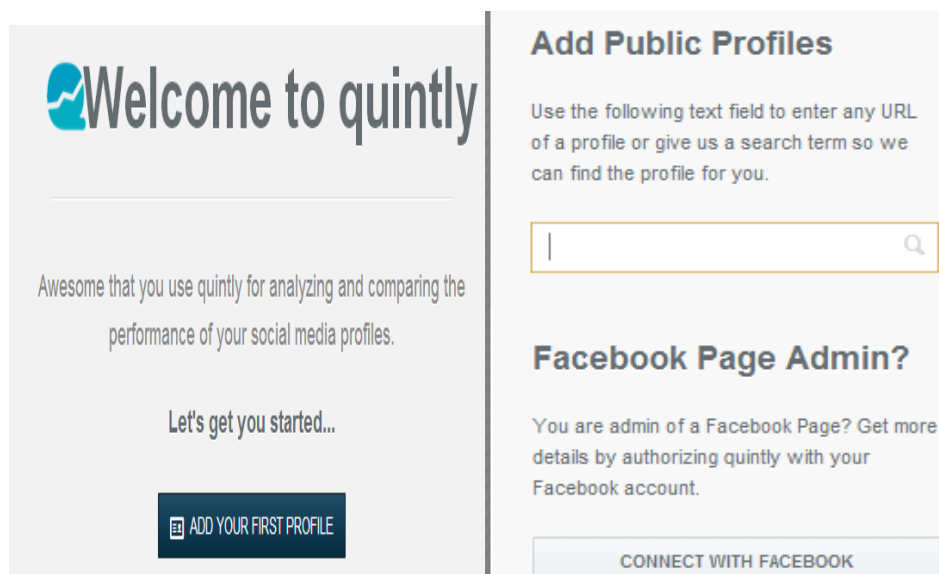
Email:

Password:

[Forgot your password?](#)

Login now

Y creamos un perfil con aquella página que vayamos a analizar para así tener acceso al análisis.



Welcome to quintly

Awesome that you use quintly for analyzing and comparing the performance of your social media profiles.

Let's get you started...

ADD YOUR FIRST PROFILE

Add Public Profiles

Use the following text field to enter any URL of a profile or give us a search term so we can find the profile for you.

Facebook Page Admin?

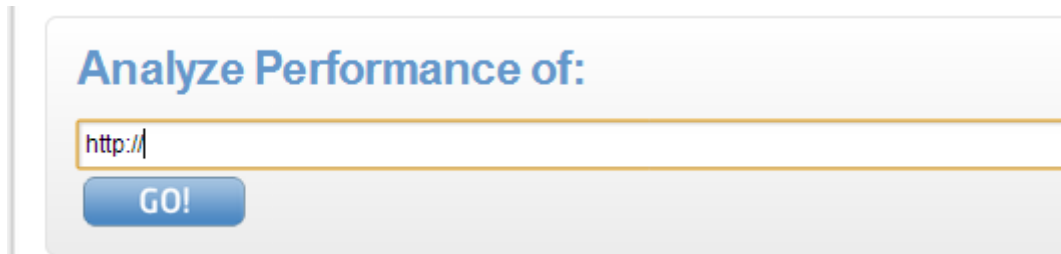
You are admin of a Facebook Page? Get more details by authorizing quintly with your Facebook account.

CONNECT WITH FACEBOOK

Tras realizar eso, ya podrás realizar su análisis de prueba como se mostró en el apartado de la herramienta correspondiente.

Manual de usuario para la herramienta GT Metrics

Entramos a la página principal de GT Metrics <http://gtmetrix.com> e introducimos la URL en donde muestra la imagen.



Analyze Performance of:

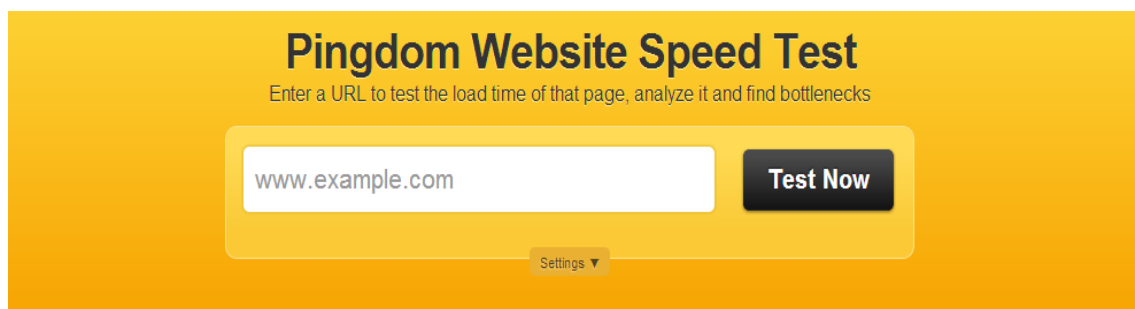
GO!

Tras eso nos saldrá la información que buscábamos, para especificar el summary que nos indica debemos movernos a través de la pestaña que se encuentra debajo y si queremos volver a realizar el mismo análisis o compararlo con otra URL debemos pulsar los enlaces que se nos muestra a la izquierda.



Manual de usuario para la herramienta Pingdom

Entramos a la página <http://tools.pingdom.com/fpt/> e introducimos la URL que queremos analizar o vemos algún análisis reciente de esta página.



Pingdom Website Speed Test

Enter a URL to test the load time of that page, analyze it and find bottlenecks

Test Now

Settings ▼

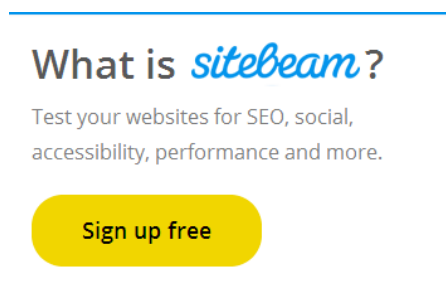
Recent tests	
URL	Tested
http://www.redriveritc.com	23h 59m 57s ago
http://stage.wellby.ru	23h 59m 58s ago
http://geo.viennagglo.fr	23h 59m 58s ago
http://www.mokeshop.com	23h 59m 58s ago

Debajo del resumen general nos encontraremos con una serie de pestañas que nos ayudarán a encontrar más información detallada del análisis.

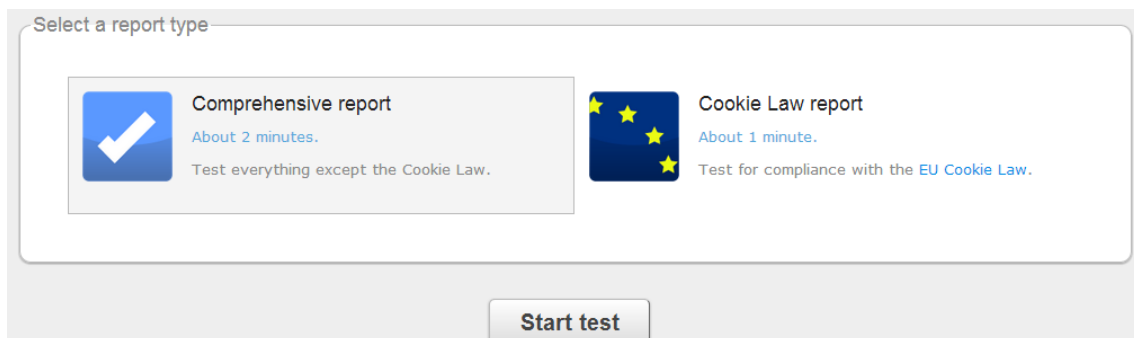


Manual de usuario para la herramienta Sitebeans

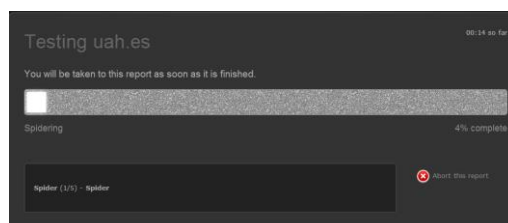
Entramos a la página <http://sitebeam.net> y nos registramos, lo podemos encontrar entrando en cualquier test de la página por ejemplo.



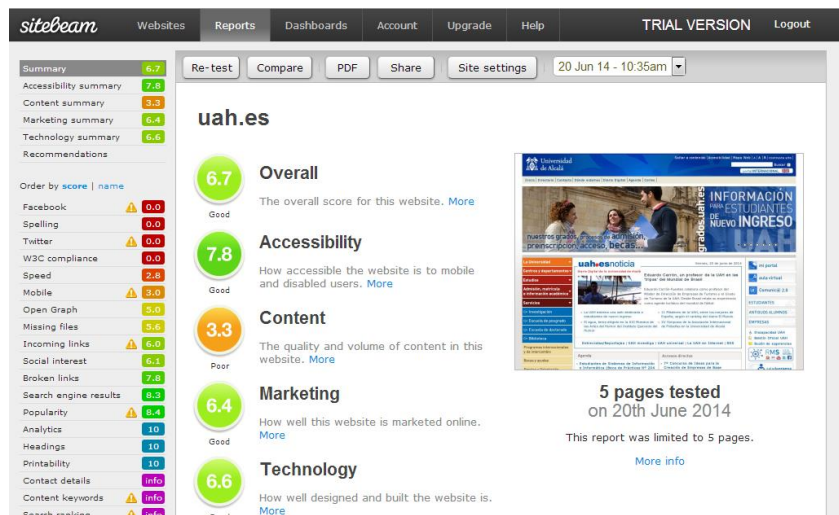
Rellenas los datos de email y contraseña y ya puedes empezar a hacer el test. Hay dos tipos de test: uno general y otro de cookies.



Si por ejemplo pulsamos en el primero nos sale una carga del test de unos dos min.



Tras esos dos min tenemos ya el test listo.



En caso que el seleccionado sea el segundo, nos mostrará tras 1 min la siguiente información:

Re-test Compare PDF Share Site settings 20 Jun 14 - 11:09am

uah.es

0.0 Cookie law
Very poor [Help](#)

This site uses tracking cookies or equivalent technologies without asking for consent first, which almost certainly makes it in violation of the latest EU ePrivacy laws.

This only applies to organisations who trade with the EU. If you are concerned about the law you should review the information below.

Recommendations

- Consider defining a privacy policy or using a cookie law solution.
- Consider removing **Twitter** features, or replacing them with static links, or asking visitors for permission to show these features.
- Consider removing **Google Analytics**, or wrapping the existing analytics in a layer which asks visitors for permission to set cookies. Your analytics vendor may also offer a solution.
- [Show 1 more](#)

Summary Solutions Domains Pages Detail Policy

This site does not appear to be compliant with the Cookie Law

Cookies were set by the website and no recognised cookie solution was found. You should check the website manually to see if it clearly informs users about the cookies that are set.

En ambos análisis contamos con una serie de botones para poder hacer de nuevo el test, compararlo con algún otro que tengamos o con la competencia, realizar un informe del test en PDF o compartirlo con otras personas. Todo ello nos ayudará a que la información no se pierda y sea lo más precisa posible.



Bibliografía

- Sitebeam. (2012). de <http://sitebeam.net>
- Woorank. (2010). de <http://www.woorank.com/es>
- SEOgratis. (s.f.) de <http://seogratias.org>
- Metricspot. (s.f.) de <http://www.metricspot.com>
- Nibbler. (2013) de <http://nibbler.silktide.com>
- Woopra. (s.f.) de <https://www.woopra.com>
- Chartbeat. (s.f.) de <https://chartbeat.com/#sthash.gp0SwOFB.dpuf>
- Clicktale (s.f.) de <http://www.clicktale.com/>
- Crazyegg (s.f.) de <http://www.crazyegg.com/>
- Cerotec herramienta online (2012) de http://www.cerotec.net/herramientas_online/
- Marketing.grader (2006) de <https://marketing.grader.com>
- Seositecheckup (s.f.) de <http://seositecheckup.com/>
- Monitor.wildfireapp (s.f.) de <https://monitor.wildfireapp.com>
- Twittercounter (2008) de <http://twittercounter.com/>
- Followerwonk (s.f.) de <https://followerwonk.com/>
- Follow.me (2013) de <http://follow.me>
- Simply measured (2010) de <http://simplymeasured.com/>
- Likealyzer (2012) de <http://likealyzer.com>
- Smetrica (s.f.) de <http://smetrica.com>
- Tweetreach (2009) de <http://tweetreach.com>
- Peerindex (2009) de <http://www.peerindex.com>
- Compete (2009) de <https://www.compete.com>
- SEMrush (2010) de <http://es.semrush.com>
- Moz (2007) de <http://moz.com>
- Cuwhois (s.f.) de <http://www.cuwhois.com>
- Keywordspy (s.f.) de <http://www.keywordspy.com>
- Majesticseo (2004) de <http://www.majesticseo.com>
- Opensiteexplorer (2007) de <http://www.opensiteexplorer.org>
- Ahrefs (2011) de <https://ahrefs.com>
- Seoguardian (s.f.) de <http://es.seoguardian.com/>
- The search monitor (2008) de <http://www.thesearchmonitor.com/>
- Similar web (2013) de <http://www.similarweb.com/>
- Klout (2008) de <http://klout.com/home>
- Naymz (2006) de <http://www.naymz.com/>
- Samepoint (2011) de <http://www.samepoint.com>
- Archive (2001) de <https://archive.org/>
- Whatwpthemeisthat (2011) de <http://whatwpthemeisthat.com>
- Attracta (2009) de <https://www.attracta.com>
- Google analytics (2007) de <http://www.google.com/analytics/>
- Page speed insights (s.f.) de <http://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- CA APM cloudmonitor (s.f.) de <http://cloudmonitor.ca.com/en/checkit.php>

- Web page test (2008) de <http://www.webpagetest.org/>
- GT metrix (1995) de <http://gtmetrix.com/>
- Page scoring (s.f.) de <http://www.pagescoring.com/website-speed-test/>
- Pingdom tools (2009) de <http://tools.pingdom.com/fpt/>
- Web Wait (s.f.) de <http://webwait.com/>
- Uitest (s.f.) de <http://uitest.com/en/check/>
- Monitis page speed (2005) de <http://pageload.monitis.com>
- Virustotal (s.f.) de <https://www.virustotal.com/es/>
- Urlvoid (2010) de <http://www.urlvoid.com>
- Web page scanner AVG (2012) de <http://www.avg.com.au/resources/web-page-scanner/>
- Webinspector Detections (s.f.) de http://app.webinspector.com/recent_detections
- Urlscan.chanret.com (2010) de <http://urlscan.chanret.com>
- Vms drweb online (2003) de <http://vms.drweb.com/online/?lng=en>
- safebrowsing diagnostic (hay que poner la página a analizar) (s.f.) de <http://www.google.com/safebrowsing/diagnostic?site=http://www.uah.com/>
- Syhunt Sandcat (s.f.) de <http://www.syhunt.com/?n=Sandcat.Sandcat>
- Websecurify (2008) de <http://www.websecurify.com>
- W3af (2013) de <http://w3af.org>
- Skipfish (2012) de <https://code.google.com/p/skipfish/>
- Acunetix vulnerability (2005) de <http://www.acunetix.com/vulnerability-scanner/>
- <https://www.netsparker.com/communityedition/>
- Desenmascara (2013) de <http://desenmascara.me>
- Validator (1994) de <http://validator.w3.org>
- Watson addy (s.f.) de <http://watson.addy.com>
- Htmlhelp tool validator (1998) de <http://www.htmlhelp.com/tools/validator/>
- Jigsaw w3c (1994) de <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>
- W3c WAI-WEBCONTENT full (1994) de <http://www.w3.org/TR/WAI-WEBCONTENT/full-checklist.html>
- W3c checklink (1994) de <http://validator.w3.org/checklink>
- Site valet link (s.f.) de <http://valet.webthing.com>
- Logicalpackets back link (1999) de <http://logicalpackets.com/back-link.asp>
- Urltrends (2004) de <http://www.urltrends.com>
- Alexa (1996) de <http://www.alexa.com/#traffic>
- Pistaaccesibilidad (s.f.) de <http://www.pistaaccesibilidad.com>
- Sidar hera (2003) de <http://www.sidar.org/hera/>
- Fae cita (2005) de <http://fae.cita.uiuc.edu>
- Evalaccess2 (s.f.) de <http://sipt07.si.ehu.es/evalaccess2/crawler.html>
- Wave (2001) de <http://wave.webaim.org>
- Legibilidad.com (2007) de <http://legibilidad.com/home/index.html>
- Eramp (s.f.) de http://www.eramp.com/WCAG_2_audio_contrast_tool_help.htm
- Load impact (2009) de <http://loadimpact.com>
- usabilitytools (2010) de <http://usabilitytools.com>
- Optimalworkshop (2007) de <http://www.optimalworkshop.com>

- Seobook tools spider (2003) de <http://tools.seobook.com/general/spider-test/index.php>
- anybrowser EngineView (1995) de <http://www.anybrowser.com/EngineView.html>
- Página actualmente eliminada <http://walidator.net/uwem/index.es.php>
- Eye quant (2009) de <http://www.eyequant.com>
- Xenulink (s.f.) de <http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html>
- Backlink watch (2007) de <http://www.backlinkwatch.com>
- Search metrics (2011) de <http://www.searchmetrics.com/>
- Miranking (s.f.) de <http://www.miranking.net>
- Lipperhey (2009) de <https://www.lipperhey.com/>
- Moonsearch (2012) de <http://moonsearch.com>
- Seo Tool Set free (s.f.) de http://www.seotoolset.com/tools/free_tools.html
- Agorapulse (2011) de <http://www.agorapulse.com/es/>
- Linktally (s.f.) de <http://linktally.com>
- Simply Measured (2010) de <http://simplymeasured.com>
- True Social Metrics (2013) de <http://www.truesocialmetrics.com/#>
- Quintly (2010) de <http://www.quintly.com>
- Yslow (s.f.) de <https://developer.yahoo.com/yslow/>
- UAH (s.f.) de <https://www.uah.es>
- HANNEMAN, ROBERT A. *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. Versión en español en Revista REDES, 2000.
- AENOR. Norma UNE 139803:2004. Aplicaciones informáticas para personas con discapacidad. Requisitos de accesibilidad para contenidos en la Web. Disponible en: http://www.inteco.es/Accesibilidad/Normativa_1/Descarga/DescargaUNE_139803
- Guía breve accesibilidad (s.f.) de <http://w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/Accesibilidad>



**ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE
INGENIERÍA INFORMÁTICA**



Universidad
de Alcalá